

1. Caracterização geral do ciclo de estudos

1.1. Instituição de Ensino Superior:

Instituto Politécnico De Viana Do Castelo

1.1.a. Instituições de Ensino Superior (em associação) (artigo 41.º e seguintes do Decreto-Lei n.º 74/2006, de 24 de março, na redação dada pelo Decreto-Lei n.º 65/2018, de 16 de agosto e aditada pelo Decreto-Lei n.º 27/2021, de 16 de abril):

[sem resposta]

1.1.b. Outras Instituições de Ensino Superior (estrangeiras, em associação) (artigo 41.º e seguintes do Decreto-Lei n.º 74/2006, de 24 de março, na redação dada pelo Decreto-Lei n.º 65/2018, de 16 de agosto e aditada pelo Decreto-Lei n.º 27/2021, de 16 de abril):

[sem resposta]

1.1.c. Outras Instituições (em cooperação) (artigo 41.º e seguintes do Decreto-Lei n.º 74/2006, de 24 de março, na redação dada pelo Decreto-Lei n.º 65/2018, de 16 de agosto e aditada pelo Decreto-Lei n.º 27/2021, de 16 de abril. Vide artigo 6.º do Decreto-Lei n.º 133/2019, de 3 de setembro, quando aplicável):

[sem resposta]

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

Escola Superior De Ciências Empresariais De Valença

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

[sem resposta]

1.3. Designação do ciclo de estudos (PT):

Marketing e Comunicação Empresariais

1.3. Designação do ciclo de estudos (EN):

Marketing and Business Communication

1.4. Grau (PT):

Licenciado

1.4. Grau (EN):

Graduate

1.5. Publicação do plano de estudos em Diário da República.

[Plano de Estudos_MCE.pdf](#) | PDF | 443.9 Kb

1.6. Área científica predominante do ciclo de estudos. (PT)

Ciências Empresariais

1.6. Área científica predominante do ciclo de estudos. (EN)

Business Sciences

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE
em Funcionamento

1.7.1. Classificação CNAEF - primeira área fundamental

[0342] Marketing e Publicidade
Ciências Empresariais
Ciências Sociais, Comércio e Direito

1.7.2. Classificação CNAEF - segunda área fundamental, se aplicável

[0340] Ciências Empresariais
Ciências Sociais, Comércio e Direito

1.7.3. Classificação CNAEF - terceira área fundamental, se aplicável

[sem resposta]

1.8. Número de créditos ECTS necessário à obtenção do grau.

180.0

1.9. Duração do ciclo de estudos

3 anos

1.10.1. Número máximo de admissões em vigor.

55

1.10.2. Número máximo de admissões pretendido (se diferente do número em vigor) e respetiva justificação.

Dada a circunstância da procura do CE ter tido desde o ano letivo 2018/19 uma procura muito elevada, aliado ao facto de existirem recursos (quer físicos quer humanos) que possam suportar o aumento de alunos no CE com a qualidade pretendida, pretende-se aumentar o número máximo de admissões para 60.

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE
em Funcionamento

1.11. Condições específicas de ingresso (PT)

Atualmente:

Uma das seguintes Provas de Ingresso:

[04] Economia OU

[16] Matemática Aplicadas às Ciências Sociais OU

[18] Português

A partir do ano letivo 2025/2026 (n.º3 do art.º 20.º e art.º 34.º do DL n.º64-A/2023, de 31 de julho):

Economia + Português; OU

Português + Matemática Aplicada Ciências Sociais; OU

Economia + Matemática Matemática Aplicada Ciências Sociais;

Classificações Mínimas

Nota de candidatura: 95 pontos

Provas de ingresso: 95 pontos

Fórmula de Cálculo

Média do secundário: 65%

Provas de ingresso: 35%

Preferência Regional

Percentagem de vagas: 50%

Área de influência: Braga, Porto, Viana do Castelo

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE
em Funcionamento

1.11. Condições específicas de ingresso (EN)

Currently, one of the following entrance exams:

[04] Economics or

[16] Mathematics applied to Social Sciences or

[18] Portuguese

From the academic year 2025/2026 (paragraph 3 of article 20 and article 34 of Decree-Law no. 64-A/2023, of 31 July) onwards:

Economics + Portuguese; OR

Portuguese + Mathematics Applied to Social Sciences; OR

Economics + Mathematics Applied to Social Sciences.

Minimum marks

Application grade: 95 points

Entrance exams: 95 points

Calculation formula

Secondary school average: 65%

Entrance exams: 35%

Regional preference

Percentage of vacancies: 50%

Zone of influence: Braga, Porto, Viana do Castelo

1.12. Modalidade do ensino

[X] Presencial (Decreto-Lei n.º 65/2018, de 16 de agosto) [] A Distância (EaD) (Decreto-Lei n.º 133/2019, de 3 de setembro)

1.12.1. Regime de funcionamento, se presencial

[X] Diurno [] Pós-laboral [] Outro

1.12.1.1. Se outro, especifique. (PT)

[sem resposta]

1.12.1.1. Se outro, especifique. (EN)

[sem resposta]

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE
em Funcionamento

1.13. Local onde o ciclo de estudos será ministrado, se presencial (PT)

Escola Superior de Ciências Empresariais, Valença.

1.13. Local onde o ciclo de estudos será ministrado, se presencial. (EN)

Higher School of Business Sciences, Valença.

1.14. Regulamento de creditação de formação académica e de experiência profissional, publicado em Diário da República

[Desp-9145_2023-06-de-sete.Reg-Credit-Compet-IPVC.pdf](#) | PDF | 768.6 Kb

1.15. Observações. (PT)

[sem resposta]

1.15. Observações. (EN)

[sem resposta]

2. Decisão de acreditação na avaliação anterior.

2.1. Referência do processo de avaliação anterior.

ACEF/1718/0116347

2.2. Data da decisão.

03/07/2019

2.3. Decisão do Conselho de Administração.

Acreditar com condições | Accredited with conditions

2.4. Período de acreditação.

1 ano | 1 year

2.5. A partir de:

31/07/2018

3. Síntese medidas de melhoria

3. Síntese de medidas de melhoria e alterações ao ciclo de estudos desde a avaliação anterior (PT)

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

- a) Apesar de ao longo de todos os anos letivos desde a última avaliação ter sido possível cumprir com os rácios, o número de doutorados na área fundamental do curso aumentou, quando comparado com a última avaliação, tendo, inclusivamente, em 2019 finalizado o procedimento do concurso externo para um Professor Adjunto, e estando a decorrer um concurso externo de para Professor Adjunto na área fundamental do CE, através do Edital nº 2130_2023 na 2ª série do DR, parte E de 22 de dezembro. Existe também um concurso interno para progressão na carreira para progressão na carreira a decorrer com o Edital n.º 1192/2023, publicado em Diário da República, 2.ª série, n.º 131/2023, de 07 de julho de 2023 para a categoria de professor coordenador no grupo disciplinar de Organização, Logística e Marketing, na área disciplinar de Marketing e Comunicação.
- b) A IES promoveu a frequência de cursos do pessoal não docente tendo estes realizado diversas ações de formação
- c) A IES está a implementar o processo de implementação dos ALUMNI, prevendo a vertente desse acompanhamento. Na ESCE, o Gabinete de Apoio aos Cursos em parceria com o Coordenador do CE, divulga ofertas de emprego pelos ex alunos, bem como desenvolve ações de preparação de entrevistas, elaboração de CV, e orientação dos estudantes para o primeiro emprego. A dispersão dos alunos, é um fator que não facilita esta realização, dado não estarmos, fisicamente, num grande centro urbano.
- d) Têm sido também introduzidas ações tendentes a resolver o tempo em que os estudantes completam o ciclo de estudos, nomeadamente em UC da área científica da Matemática, como o desdobramento de turmas, criação de materiais pedagógicos específicos, ações de acompanhamento e esclarecimento de dúvidas, para além do tempo dedicado ao atendimento do docente.
- e) O aumento da atividade científica do corpo docente, especialmente no que respeita à publicação de resultados de pesquisa em revistas de marketing reconhecidas internacionalmente (por exemplo, periódicos classificados no Journal of Citations Report, ISI ou Scopus) aumentou significativamente.
- f) Tem sido feito um esforço pela IES e pela Direção da ESCE em particular, em promover a internacionalização de docentes e estudantes. No que concerne aos docentes, e apesar ainda do efeito inibidor da Pandemia COVID19, os docentes do CE têm efetuado diversas ações de mobilidade. Quanto aos estudantes, apesar de existirem, e do esforço da Coordenação da Mobilidade do IES, da ESCE e do próprio Coordenador de Curso, os resultados não têm tido aumento significativo, apesar de todos os anos essa mobilidade se verificar.

3. Síntese de medidas de melhoria e alterações ao ciclo de estudos desde a avaliação anterior (EN)

- a) Although it has been possible to comply with the ratios in all the academic years since the last evaluation, the number of doctoral graduates in the core area of the course has increased compared to the last evaluation, and in 2019 the external competition procedure for an Assistant Professor was finalised, and an external competition for an Assistant Professor in the core area of EC is underway, through Notice no. 2130_2023 in the 2nd series of the DR, part E of 22 December. There is also an internal competition for career progression underway with Notice no. 1192/2023, published in Diário da República, 2nd series, no. 131/2023, of 07 July 2023 for the category of coordinating professor in the disciplinary group of Organisation, Logistics and Marketing, in the disciplinary area of Marketing and Communication.
- b) The HEI has promoted the attendance of courses by non-teaching staff, who have completed various training programmes.
- c) The HEI is in the process of implementing the ALUMNI programme, with the provision for monitoring. At ESCE, the Course Support Office, in partnership with the EC Coordinator, publicises job vacancies for former students, as well as carrying out interview preparation activities, drawing up CVs and guiding students towards their first job. The dispersal of students is a factor that doesn't make this easy, as we are not physically in a large urban centre.
- d) Actions have also been introduced to resolve the time taken by students to complete the cycle of studies, particularly in UCs in the scientific area of Maths, such as the splitting of classes, the creation of specific teaching materials, follow-up actions and clarification of doubts, in addition to the time dedicated to attending to the lecturer.
- e) The increase in the scientific activity of the teaching staff, especially with regard to the publication of research results in internationally recognised marketing journals (for example, journals classified in the Journal of Citations Report, ISI or Scopus) has increased significantly.
- f) An effort has been made by the HEI and the ESCE Board in particular to promote the internationalisation of teachers and students. As far as teachers are concerned, and despite the inhibiting effect of the COVID-19 pandemic, ESCE teachers have carried out various mobility activities. As for students, although they do exist, and despite the efforts of the IES Mobility Coordinator, the ESCE and the Course Coordinator himself, the results have not increased significantly, despite the fact that this mobility takes place every year.

4. Estrutura curricular e plano de estudos.

4.1. Estrutura curricular

4.1. Estrutura curricular e plano de estudos em vigor, correspondem ao publicado em Diário da República (ponto 1.5)?

[X] Sim [] Não

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2. Serão feitas alterações nos dados curriculares?

☒ Sim ☐ Não

4.2.1. Síntese das alterações pretendidas e respetiva fundamentação. (PT)

As alterações pretendidas, resultam, na sua maioria da adoção do Novo Modelo Pedagógico do IPVC.

A possibilidade de introduzir UC substituíveis no novo plano curricular, promove a existência de 1 UC (com 3ECTS) que funcionaria nessa lógica (dentro de qualquer UC de 3 ECTS da oferta formativa do IPVC), a funcionar a partir do 4º semestre.

A UC de Novas Tendências de Marketing (2ºAno 2º Semestre) é nova com conteúdos relacionados o Marketing de Luxo, Marketing Turístico, Neuromarketing; e, Marketing Digital.

As UC de Serviços e Marketing Industrial + Marketing Industrial dão origem (por reformulação) a uma outra UC que se passará a chamar Marketing Industrial e de Serviços, por se encontrarem redundantes os seus programas, criando assim espaço para a UC enunciada no parágrafo anterior.

A UC de Economia troca de semestre com a UC de Direito Aplicado ao Marketing. Considerou-se que é mais apelativa e poderá contribuir para fixar os alunos, uma vez que a grande maioria das desistências ocorrem no 1ºAno 1ºSemestre.

A UC de Tecnologias de Informação e Comunicação passaria a designar-se apenas de Tecnologias de Informação, numa perspetiva de evitar no futuro possíveis agregações de turmas, caso o número de alunos diminua, como indica a pirâmide demográfica, embora contrariada pelo número de candidatos do Concurso Nacional de Acesso ao Ensino Superior ao CE até ao presente.

As UC Tecnologias de Informação, Organização de Empresas, Gestão do Produto e do Preço, Comportamento de Compra, Pesquisa de Mercado, e Projeto Final passam a ter horas de EaD, observando os limites da regulamentação em vigor.

Todas as UC estão agora concebidas em múltiplos de 3 ECTS facilitando assim a construção do próprio percurso por parte dos estudantes, no que concerne à escolha das UC substituíveis.

A UC de Projeto Final (Anual) foi desmembrada em duas UC, nomeadamente Projeto Final I (3º ano 1º semestre) e Projeto Final II (3º ano 2º semestres) com 9 e 6 ECTS (respetivamente) aumentada desta forma de 14 para 15 ECTS (no total dos dois semestres), uma vez que a orientação 5 - INSERÇÃO EM CONTEXTOS DE TRABALHO do MODELO PEDAGÓGICO DO INSTITUTO POLITÉCNICO DE VIANA DO CASTELO refere o seguinte "Estas experiências assumem preferencialmente o formato de UC de Estágio, Iniciação à Prática Profissional ou Projeto e deverão ter, no mínimo, a carga de trabalho correspondente a 15 ECTS nas licenciaturas, a alocar a um ou mais momentos ao longo do plano de estudos."

Em função da regra dos múltiplos de 3 ECTS para as UC, houve necessidade de ajustar esses ECTS, bem como as horas de contato e de trabalho autónomo. O que se entende é que em UC que tenham 3 ECTS e 6 ECTS e as mesmas horas de contato, os alunos tenham mais trabalho autónomo e as PUC reflitam isso mesmo através da solicitação de mais trabalhos ou tarefas nas UC de 6 ECTS.

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE
em Funcionamento

4.2.1. Síntese das alterações pretendidas e respetiva fundamentação. (EN)

Most of the intended changes result from the adoption of IPVC's New Pedagogical Model.

The possibility of introducing substitutable UCs in the new curricular plan promotes the existence of 1 UC (with 3ECTS) that would work in this logic (within any UC of 3 ECTS in the IPVC's course offer), starting in the 4th semester.

The New Marketing Trends CU (2nd Year 2nd Semester) is new with content related to Luxury Marketing, Tourism Marketing, Neuromarketing and Digital Marketing.

The UCs Services and Industrial Marketing + Industrial Marketing will give rise (by reformulation) to another UC that will be called Industrial and Services Marketing, as their programmes are redundant, thus creating space for the UC listed in the previous paragraph.

The Economics course will switch semesters with the Law Applied to Marketing course. It was considered to be more appealing and could help retain students, since the vast majority of drop-outs occur in the 1st year and 1st semester.

The Information and Communication Technologies course would be renamed Information Technologies, with a view to avoiding possible groupings of classes in the future if the number of students decreases, as indicated by the demographic pyramid, although this is contradicted by the number of applicants from the National Competition for Access to Higher Education to the EC so far.

The Information Technology, Business Organisation, Product and Price Management, Purchasing Behaviour, Market Research and Final Project courses will now have distance learning hours, within the limits of the regulations in force.

All the UCs are now designed in multiples of 3 ECTS, thus making it easier for students to build their own pathway when it comes to choosing the UCs that can be replaced.

The Final Project UC (Annual) has been split into two UCs, namely Final Project I (3rd year 1st semester) and Final Project II (3rd year 2nd semesters) with 9 and 6 ECTS (respectively), thus increasing from 14 to 15 ECTS (in total over the two semesters), since guideline 5 - INSERTION IN WORKING CONTEXTS of the PEDAGOGICAL MODEL OF THE POLYTECHNIC INSTITUTE OF VIANA DO CASTELO states the following "These experiences should preferably take the form of an Internship, Initiation into Professional Practice or Project course and should have a minimum workload corresponding to 15 ECTS in the degrees, to be allocated to one or more moments throughout the study plan. ".

Due to the rule of multiples of 3 ECTS for the UCs, it was necessary to adjust these ECTS, as well as the contact hours and autonomous work. What is meant is that in UCs with 3 ECTS and 6 ECTS and the same contact hours, students have more autonomous work and the PUCs reflect this by asking for more work or tasks in UCs with 6 ECTS.

Mapa II - Geral

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

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

4.1.2. Áreas científicas e créditos necessários à obtenção do grau

Área Científica	Sigla	ECTS	ECTS Mínimos
222 Línguas e literaturas estrangeiras	LLE	6.0	
310 Ciências sociais e do comportamento	CSC	3.0	
314 Economia	ECO	6.0	
340 Ciências empresariais	CEM	45.0	

342 Marketing e publicidade	MeP	66.0	
380 Direito	DIR	6.0	
460 Matemática e estatística	MES	18.0	
480 Informática	INF	27.0	
Transversal IPVC	T-IPVC	0.0	3.0
Total: 9		Total: 177.0	Total: 3.0

4.1.3. Observações (PT)

[sem resposta]

4.1.3. Observações (EN)

[sem resposta]

4.2. Unidades Curriculares

Mapa III - Análise de Projetos de Investimento

4.2.1. Designação da unidade curricular (PT):

Análise de Projetos de Investimento

4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):

Investment Project Analysis

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (PT):

CEM

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (EN):

BS

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (PT):

Semestral 2ºS

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (EN):

Semiannual 2nd S

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

162.0

4.2.5. Horas de contacto:

Presencial (P) - PL-45.0

4.2.6. % Horas de contacto a distância:

0.00%

4.2.7. Créditos ECTS:

6.0

4.2.8. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular:

• João Paulo da Torre Vieito - 22.0h

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

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

- Álvaro José da Silva - 21.0h
- Ana Paula Martins da Silva - 2.0h

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (PT):

1. Adquirir conhecimentos que habilitem a análise e definição do plano de negócios, permitindo avaliar a necessidade de diversos recursos, incluindo os humanos, tecnológicos e financeiros essenciais para a implementação de uma ideia de negócio.
2. Desenvolver habilidades para analisar a viabilidade econômica e financeira de um projeto empresarial.
3. Adquirir conhecimentos para avaliar o risco de projetos de investimento.
4. Desenvolver competências para finalizar um plano de negócios e criar uma apresentação persuasiva (pitch) destinada a potenciais interessados.

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (EN):

1. Acquire knowledge enabling the analysis and definition of a business plan, allowing the assessment of the need for various resources, including human, technological, and financial aspects essential for the implementation of a business idea.
2. Develop skills to analyze the economic and financial feasibility of a business project.
3. Obtain knowledge to assess the risk of investment projects.
4. Develop competencies to finalize a business plan and create a persuasive presentation (pitch) for potential stakeholders.

4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):

1. Introdução
 - 1.1 Relevância dos projetos de Investimento e fases da sua elaboração
 - 1.2 Classificação dos Investimentos
2. Metodologias de Geração de Ideias de Negócio
 3. Elementos Cruciais na Determinação do Valor de um Projeto
 - 3.1 Introdução
 - 3.2 Valor Temporal do Dinheiro
 - 3.3 Processos de Capitalização e Atualização
 - 3.4 Vida Útil de um Projeto
 - 3.5 Valor Residual de um Projeto
 - 3.6 Estimativa de Taxas de Crescimento a Longo Prazo
 - 3.7 Estimativa de PMP, PMR e Stock
 - 3.8 Taxas de Impostos
 - 3.9 Taxa de Juros em Empréstimos
 4. Plano Financeiro
 - 4.1 Identificação e Estimação de Fluxos de Caixa Relevantes
 - 4.2 Metodologias de Avaliação e Seleção de Projetos (VAL, TIR, TIRM, Payback, IR, Seleção de Projetos Mutuamente Exclusivos)
 5. A Incerteza em Projetos de Investimento
 - 5.1 Análise de Sensibilidade
 - 5.2 Análise de Cenários
 - 5.3 Árvore de Decisão
 - 5.4 Teoria da Decisão (Critério de Laplace, Perda de Oportunidade, Critérios: Maximin, Maximax, Hurwicz, Simulação Monte Carlo)

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):

1. Introduction
 - 1.1 Relevance of investment projects and phases of their preparation
 - 1.2 Classification of Investments
2. Business Idea Generation Methodologies
3. Crucial Elements in Determining the Value of a Project
 - 3.1 Introduction
 - 3.2 Time Value of Money
 - 3.3 Capitalization and Update Processes
 - 3.4 Useful Life of a Project
 - 3.5 Residual Value of a Project
 - 3.6 Estimation of Long-Term Growth Rates
 - 3.7 Estimation of PMP, PMR and Stock
 - 3.8 Tax Rates
 - 3.9 Interest Rate on Loans
4. Financial Plan
 - 4.1 Identification and Estimation of Relevant Cash Flows
 - 4.2 Project Assessment and Selection Methodologies (VAL, IRR, TIRM, Payback, IR, Selection of Mutually Exclusive Projects)
5. Uncertainty in Investment Projects
 - 5.1 Sensitivity Analysis
 - 5.2 Scenario Analysis
 - 5.3 Decision Tree
 - 5.4 Decision Theory (Laplace Criterion, Opportunity Loss, Criteria: Maximin, Maximax, Hurwicz, Monte Carlo Simulation)

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

A ênfase na análise e definição do plano de negócios destaca a importância da análise de investimentos e projetos, equipando os alunos com ferramentas para avaliar a viabilidade de ideias de negócio, considerando recursos humanos, tecnológicos e financeiros. A viabilidade económica e financeira, cobrindo o valor temporal do dinheiro, processos de capitalização e métodos de avaliação, permite análises aprofundadas de projetos empresariais. A avaliação de risco nos projetos, abordando a sensibilidade, cenários e simulação Monte Carlo, é explorada de maneira abrangente, oferecendo conhecimentos essenciais para gestão eficaz de riscos. A ênfase na finalização do plano de negócios e apresentações persuasivas, com plano financeiro e métodos de avaliação de projetos, amplia habilidades dos alunos na criação de apresentações convincentes. Resumidamente, os conteúdos proporcionam uma abordagem abrangente, alinhada aos objetivos.

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

The emphasis on analyzing and defining the business plan highlights the importance of analyzing investments and projects, equipping students with tools to evaluate the viability of business ideas, considering human, technological and financial resources. Economic and financial viability, covering the time value of money, capitalization processes and evaluation methods, allows for in-depth analyzes of business projects. Risk assessment in projects, addressing sensitivity, scenarios and Monte Carlo simulation, is explored comprehensively, offering essential knowledge for effective risk management. The emphasis on finalizing the business plan and persuasive presentations, with financial plan and project evaluation methods, expands students' skills in creating convincing presentations. In short, the contents provide a comprehensive approach, aligned with the objectives.

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (PT):

A metodologia de ensino baseia-se na aprendizagem orientada a projetos, englobando o planeamento, criação, desenvolvimento e avaliação de um projeto. Essa abordagem visa oferecer aos alunos uma experiência prática e participativa, desafiando-os a aplicar os conhecimentos adquiridos em situações reais e a criar negócios no futuro. Isso inclui a execução de atividades práticas, colaboração em grupo e a resolução de problemas concretos, proporcionando uma aprendizagem envolvente e diretamente aplicável ao contexto profissional.

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (EN):

Creation, development, and evaluation of a project. This approach aims to provide students with a practical and participative experience, challenging them to apply acquired knowledge in real situations and to create businesses in the future. This involves the execution of practical activities, group collaboration, and solving concrete problems, offering an engaging and directly applicable learning experience in a professional context.

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.14. Avaliação (PT):

A avaliação é composta por um teste e um projeto de investimento, decomposto da seguinte forma:

1. Teste: 50%
2. Projeto de Investimento (50%)
 - 2.1. Dossier final (com plano de negócios final e plano financeiro) (60%)
 - 2.2. Organização, método e percepção externa (25%)
 - 2.3. Inovação (15%)

- O Projeto de Investimento é obrigatório em todas as épocas de exame se for em benefício do aluno.

- No caso dos trabalhadores estudante que solicite dispensa do PI, tem que realizar um trabalho equivalente aplicado ao seu contexto de trabalho ou a outra empresa que poderá ser sugerida pelo docente, com a mesma ponderação na nota final da unidade curricular

4.2.14. Avaliação (EN):

The evaluation is composed of a test and an investment project, broken down as follows:

- Test: 50%
- Investment Project (50%)
- 2.1. Final Dossier (with final business plan and financial plan) (60%)
 - 2.2. Organization, method, and external perception (25%)
 - 2.3. Innovation (15%)

The Investment Project is mandatory in all exam periods if it benefits the student.

In the case of employed students who request exemption from the IP, they must undertake an equivalent task applied to their work context or to another company suggested by the instructor, with the same weighting in the final grade of the course.

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

A coerência entre as metodologias de ensino e avaliação e os objetivos de aprendizagem é clara e alinhada, promovendo uma abordagem abrangente e eficaz para o desenvolvimento das competências pretendidas. Os objetivos de aprendizagem, que incluem a aquisição de conhecimentos para a análise e definição de planos de negócios, o desenvolvimento de habilidades para avaliar a viabilidade econômica e financeira, e a aquisição de conhecimentos para avaliar riscos em projetos de investimento, são diretamente apoiados pela metodologia de ensino orientada a projetos.

A abordagem prática e participativa da metodologia, com foco no planeamento, criação, desenvolvimento e avaliação de um projeto, proporciona aos alunos a oportunidade de aplicar os conhecimentos adquiridos em situações do mundo real. Isso está alinhado com a necessidade de criar negócios futuros e permite a execução de atividades práticas, colaboração em grupo e resolução de problemas concretos, promovendo uma aprendizagem envolvente e diretamente aplicável ao contexto profissional.

A avaliação, composta por teste e projeto de investimento, é estruturada de forma a abranger diversas dimensões. O teste verifica a compreensão teórica, enquanto o projeto de investimento avalia habilidades práticas e estratégicas. Os critérios de avaliação do projeto, como o dossier final, organização, método, percepção externa e inovação, refletem os objetivos de aprendizagem ao medir a capacidade dos alunos de analisar, planejar e apresentar um projeto de negócios.

A obrigatoriedade do Projeto de Investimento em todas as épocas de exame assegura a continuidade da aprendizagem prática. Para trabalhadores estudantes dispensados, a exigência de um trabalho equivalente aplicado ao contexto de trabalho, com a mesma ponderação na nota final, garante a pertinência do conhecimento adquirido no ambiente profissional.

Assim, a articulação entre objetivos, metodologias e avaliação evidencia uma abordagem coesa e eficiente na formação dos alunos para enfrentar desafios reais em empreendedorismo e gestão de projetos de investimento.

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

The coherence between teaching and assessment methodologies and learning objectives is clear and aligned, promoting a comprehensive and effective approach to the development of the intended competencies. The learning objectives, which include acquiring knowledge for the analysis and definition of business plans, developing skills to assess economic and financial viability, and acquiring knowledge to evaluate risks in investment projects, are directly supported by the project-oriented teaching methodology.

The practical and participative approach of the methodology, focusing on planning, creation, development, and evaluation of a project, provides students with the opportunity to apply acquired knowledge in real-world situations. This aligns with the need to create future businesses and enables the execution of practical activities, group collaboration, and the resolution of concrete problems, fostering engaging and directly applicable learning in a professional context.

The assessment, comprising a test and an investment project, is structured to cover various dimensions. The test assesses theoretical understanding, while the investment project evaluates practical and strategic skills. The project's assessment criteria, such as the final dossier, organization, method, external perception, and innovation, reflect the learning objectives by measuring students' ability to analyze, plan, and present a business project.

The mandatory nature of the Investment Project in all examination periods ensures the continuity of practical learning. For exempted working students, the requirement of an equivalent task applied to the work context, with the same weighting in the final grade, ensures the relevance of acquired knowledge in the professional environment.

Thus, the alignment between objectives, methodologies, and assessment highlights a cohesive and efficient approach in training students to tackle real challenges in entrepreneurship and investment project management.

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (PT):

Vieito, João P. (2021). *Análise de Projetos de Investimento*. Escolar Editora

Cebola, A. (2011). *Projetos de investimento de pequenas e médias empresas: elaboração e análise*. Lisboa: Edições Sílabo.

Cebola, A. (2000). *Elaboração e Análise de Projetos de Investimento - Casos práticos*. Lisboa: Edições Sílabo.

Soares, I.; Moreira, J., Pinho, C. & Couto, J. (2015). *Decisões de Investimento: Análise Financeira de Projetos*. Lisboa: Edições Sílabo

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (EN):

Vieito, João P. (2021). *Análise de Projetos de Investimento*. Escolar Editora

Cebola, A. (2011). *Projetos de investimento de pequenas e médias empresas: elaboração e análise*. Lisboa: Edições Sílabo.

Cebola, A. (2000). *Elaboração e Análise de Projetos de Investimento - Casos práticos*. Lisboa: Edições Sílabo.

Soares, I.; Moreira, J., Pinho, C. & Couto, J. (2015). *Decisões de Investimento: Análise Financeira de Projetos*. Lisboa: Edições Sílabo

4.2.17. Observações (PT):

[sem resposta]

4.2.17. Observações (EN):

[sem resposta]

Mapa III - Comportamento de compra

4.2.1. Designação da unidade curricular (PT):

Comportamento de compra

4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):

Purchasing behavior

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (PT):

MeP

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (EN):

MeA

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (PT):
Semestral 1ºS

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (EN):
Semiannual 1st S

4.2.4. Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):
162.0

4.2.5. Horas de contacto:
Presencial (P) - TP-39.0
Assíncrona a distância (AD) - TP-3.0
Síncrona a distância (SD) - TP-3.0

4.2.6. % Horas de contacto a distância:
13.33%

4.2.7. Créditos ECTS:
6.0

4.2.8. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular:
• Manuel Joaquim de Sousa Pereira - 45.0h

4.2.9. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:
[sem resposta]

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (PT):
1. Compreender a importância que o estudo e conhecimento do consumidor assumem na definição e implementação da estratégia de marketing.
2. Analisar e sistematizar os principais fatores, processos e aspetos, que influenciam os consumidores e de que forma estes determinam o seu comportamento,
3. Desenvolver uma reflexão crítica, face aos processos metodológicos e técnicas de análise que as marcas e organizações utilizam para influenciar os seus potenciais e atuais consumidores.
4. Obter competências e habilidades, pessoais e em grupo, que de forma mais eficiente, implementem estratégias capazes de obterem sucesso.
5 - Desenvolver competências transversais que facilitem o estabelecimento da relação educativa e a promoção da aprendizagem e do desenvolvimento dos alunos em contexto profissional.

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (EN):
1. Understand the importance that the study and knowledge of the consumer assume in defining and implementing the marketing strategy.
2. Analyze and systematize the main factors, processes and aspects that influence consumers and how they determine their behavior,
3. Develop critical reflection regarding the methodological processes and analysis techniques that brands and organizations use to influence their potential and current consumers.
4. Obtain personal and group skills and abilities that more efficiently implement strategies capable of achieving success.
5 - Develop transversal skills that facilitate the establishment of an educational relationship and the promotion of learning and development of students in a professional context.

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):

1. Introdução ao comportamento do consumidor
2. Importância do comportamento do consumidor para a evolução e tendências do marketing.
3. Factores de influência no comportamento do consumidor, factores socio-culturais, cultura, subculturas e grupos de referência, factores psicológicos e situacionais, percepção, motivação, emoções, aprendizagem e memória, crenças e atitudes.
4. O comportamento de compra, o processo de tomada de decisão, Influências de grupo e liderança de opinião, o processo de decisão da família, o processo de decisão organizacional.
5. Metodologias de avaliação do comportamento do consumidor, metodologias quantitativas e qualitativas, modelos integrados e globais.
6. As tendências do consumo, mindfulness, neuromarketing, o consumidor LOHAS, economia partilhada e consumo digital.
7. Novos consumidores e sustentabilidade.
8. Desenvolvimento Projeto Integrado Leaders for the Future.

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):

1. Introduction to consumer behavior
2. Importance of consumer behavior for marketing evolution and trends.
3. Factors of influence on consumer behavior, socio-cultural factors, culture, subcultures and reference groups, psychological and situational factors, perception, motivation, emotions, learning and memory, beliefs and attitudes.
4. Buying behavior, the decision-making process, group influences and opinion leadership, the family decision-making process, the organizational decision-making process.
5. Consumer behavior assessment methodologies, quantitative and qualitative methodologies, integrated and global models.
6. Consumer trends, mindfulness, neuromarketing, the LOHAS consumer, sharing economy and digital consumption.
7. New consumers and sustainability.
8. Development Integrated Project Leaders for the Future.

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

Os conteúdos programáticos referidos nos pontos 1 e 2 proporcionam aos alunos os conceitos fundamentais sobre o comportamento do consumidor, referidos no (objetivo 1); os conteúdos colocados no ponto 3 abordam os fatores socio culturais, grupos de referência, percepção, motivação e memória, entre outros estão em coerência com o (objetivo 2); os aspetos relativos ao processo da tomada de decisão pessoal e organizacional que estão no ponto 4 estão em correlação com o (objetivo 3); os temas abordados nos pontos 5, 6 e 7 relativos às metodologias, modelos integrados e tendências de consumo e novos consumidores, estão em coerência com o (objetivo 4); Todos conteúdos programáticos se relacionam com (objetivo 5) na perspetiva do desenvolvimento das competências transversais dos alunos. Os conteúdos programáticos referidos no ponto 8 relacionam-se com todos os objetivos.

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

The syllabus referred to in points 1 and 2 provide students with fundamental concepts about consumer behavior, referred to in (objective 1); the contents placed in point 3 address socio-cultural factors, reference groups, perception, motivation and memory, among others, are in coherence with (objective 2); the aspects relating to the personal and organizational decision-making process that are in point 4 are in correlation with (objective 3); the themes covered in points 5, 6 and 7 regarding methodologies, integrated models and consumption trends and new consumers, are in coherence with (objective 4); All program contents are related to (objective 5) from the perspective of developing students' transversal skills. The program contents referred to in point 8 relate to all objectives.

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (PT):

A metodologia de ensino visa garantir o acompanhamento do aluno de forma coerente ao longo do processo de aprendizagem, de modo a garantir uma aprendizagem ativa, experiencial e autêntica, sobre os conceitos, ferramentas e metodologias fundamentais do comportamento de compra. Apresentação e discussão de artigos e estudos práticos, irá auxiliar os alunos a desenvolver as suas capacidades de comunicação e apreciação crítica dos temas abordados. As principais medidas são:

- 1- Problem-based learning (estimulando a pró-atividade e o desenvolvimento de competências pessoais e de grupo);
- 2- Learning by doing (realizar com os alunos atividades relativas à análise, compreensão e aplicação dos conhecimentos sobre comportamento de compra, durante as aulas e de acordo com os temas abordados). Esta abordagem teórica-prática permitirá a aplicação dos conhecimentos e contribuirá para o desenvolvimento de habilidades e competências relevantes sobre a compreensão global e atual do comportamento de compra.

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (EN):

The teaching methodology aims to ensure that the student is monitored consistently throughout the learning process, in order to guarantee active, experiential and authentic learning about the fundamental concepts, tools and methodologies of purchasing behavior. Presentation and discussion of articles and practical studies will help students develop their communication skills and critical appreciation of the topics covered. The main measures are:

- 1- Problem-based learning (stimulating proactivity and the development of personal and group skills);*
- 2- Learning by doing (carrying out activities with students relating to the analysis, understanding and application of knowledge about purchasing behavior, during classes and in accordance with the topics covered). This theoretical-practical approach will allow the application of knowledge and will contribute to the development of relevant skills and competencies regarding the global and current understanding of purchasing behavior.*

4.2.14. Avaliação (PT):

Os alunos poderão optar por uma das seguintes duas modalidades de avaliação:

A - Avaliação Contínua

B - Avaliação por Exame Final

Opção A: Avaliação Contínua

60% - Prova escrita individual

40% - Tarefa do PI: Apresentação Final: Trabalho escrito + Apresentação e Defesa.

-O estudante que comparecer a todas as atividades do PI (salvo faltas devidamente justificadas por motivo atendível de acordo com o nº 1 do art.º 5.º do Regulamento de Frequência e Avaliação do Aproveitamento dos Estudantes), terá uma bonificação de 2 valores na respetiva componente de avaliação. Estas atividades consistem em sessões de apresentação do PI, workshops, visitas de estudo, tardes de trabalho no PI e apresentações públicas.

-A componente de avaliação assente no PI, contará para todas as épocas de exame se for em benefício do aluno.

-Os respetivos trabalhos devem ser elaborados no template próprio correspondente à tarefa, e submetidos na página do PI (<http://comunidade.esce.ipv.pt/pii/>) nas datas definidas. A submissão em data posterior implica a penalização constante do regulamento do PI.

Nota: O projeto PI tem caráter de obrigatoriedade. No caso dos trabalhadores-estudantes que solicitem dispensa do PI, o docente poderá solicitar um trabalho equivalente aplicado ao seu contexto de trabalho ou a outra empresa (sugerida pelo docente), ou um trabalho diretamente relacionado com os conteúdos da UC.

Aspetos importantes:

O não cumprimento das datas de entrega do trabalho corresponde a uma avaliação de zero valores.

A aprovação à unidade curricular está condicionada às seguintes situações:

- a) Obtenção de uma nota mínima de 8 valores em cada momento de avaliação.*
- b) Obtenção de uma média ponderada de todos os fatores de avaliação igual ou superior a 10 valores*

Opção B: Avaliação por exame final

Avaliação única:

60% exame escrito + 40% Tarefa do PI.

Nota: No caso dos alunos que obtiveram dispensa do PI, será validado o trabalho solicitado pelo docente. A informação sobre a estrutura do trabalho estará publicada no Moodle. Os alunos que optem pela avaliação em exame final têm de obter uma nota mínima de dez (10) valores para serem aprovados nesta U.C.

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.14. Avaliação (EN):

Students may choose one of the following two assessment methods:

A - Continuous Assessment

B - Assessment by Final Exam

Option A: Continuous Assessment

60% - Individual written test

40% - PI Task: Final Presentation: Written work + Presentation and Defense.

-The student who attends all PI activities (except absences duly justified for an acceptable reason in accordance with no. 1 of article 5 of the Attendance and Student Achievement Assessment Regulations), will have a bonus of 2 values in the respective assessment component. These activities consist of PI presentation sessions, workshops, study visits, PI work afternoons and public presentations.

-The assessment component based on the PI will count towards all exam periods if it is for the benefit of the student.

-The respective works must be prepared in the specific template corresponding to the task, and submitted on the PI page (<http://comunidade.esce.ipv.pt/pi/>) on the defined dates. Submission at a later date implies the penalty contained in the PI regulations.

Note: The PI project is mandatory. In the case of student workers who request exemption from PI, the teacher may request an equivalent work applied to their work context or another company (suggested by the teacher), or a work directly related to the contents of the UC.

Important aspects:

Failure to meet the work delivery dates corresponds to an assessment of zero values.

Approval of the curricular unit is subject to the following situations:

a) Obtaining a minimum grade of 8 points at each assessment point.

b) Obtaining a weighted average of all evaluation factors equal to or greater than 10 values

Option B: Assessment by final exam

Single assessment:

60% written exam + 40% PI task.

Note: In the case of students who were exempt from PI, the work requested by the teacher will be validated. Information about the structure of the work will be published on Moodle. Students who choose to be assessed in a final exam must obtain a minimum grade of ten (10) points to pass this U.C.

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

A metodologia Problem-based learning pretende estimular a proatividade e o desenvolvimento de competências pessoais e de grupo dos alunos utilizando dinâmicas e atividades de compreensão, análise e aplicação de conceitos e práticas relacionadas com o comportamento do consumidor, procurando assegurar uma contribuição efetiva para um bom desempenho empresarial (objetivo 1,2 e 3).

A metodologia Learning by doing permite realizar com os alunos atividades relativas ao processo da tomada de decisão e metodologias de avaliação do comportamento de compra e de acordo com os temas abordados. Esta abordagem teórica-prática permitirá a aplicação dos conhecimentos e contribuirá para concretização e operacionalização referida no (objetivo 4). Todos as metodologias de ensino e avaliação se relacionam com (objetivo 5) na perspetiva do desenvolvimento das competências transversais dos alunos.

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

The Problem-based learning methodology aims to stimulate proactivity and the development of students' personal and group skills using dynamics and activities for understanding, analyzing and applying concepts and practices related to consumer behavior, seeking to ensure an effective contribution to a good business performance (objectives 1,2 and 3).

The Learning by doing methodology allows students to carry out activities related to the decision-making process and methodologies for evaluating purchasing behavior and in accordance with the topics covered. This theoretical-practical approach will allow the application of knowledge and will contribute to the implementation and operationalization referred to in (objective 4). All teaching and assessment methodologies are related to (objective 5) from the perspective of developing students' transversal skills.

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (PT):

Lendrevie, J., Lévy, J., Dionísio, P., & Rodrigues, J. (Coord.) (2015) Mercator da Língua Portuguesa. Dom Quixote: Lisboa.
Moutinho, L., Teixeira, N. & Zeferino, A. (2022) Marketing Futureland, 1ª Edição: Lidel Editores, Lisboa. ISBN: 9789897527449.
Brito, C., & Lencastre, P. (Coord.) (2014) Novos Horizontes do Marketing. Dom Quixote: Lisboa.
Kotler, P; Kartajaya, H & Setiawan, I. (2021). Marketing 5.0 Tecnologia para a Humanidade. Actual.

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (EN):

Lendrevie, J., Lévy, J., Dionísio, P., & Rodrigues, J. (Coord.) (2015) Mercator da Língua Portuguesa. Dom Quixote: Lisboa.
Moutinho, L., Teixeira, N. & Zeferino, A. (2022) Marketing Futureland, 1ª Edição: Lidel Editores, Lisboa. ISBN: 9789897527449.
Brito, C., & Lencastre, P. (Coord.) (2014) Novos Horizontes do Marketing. Dom Quixote: Lisboa.
Kotler, P; Kartajaya, H & Setiawan, I. (2021). Marketing 5.0 Tecnologia para a Humanidade. Actual.

4.2.17. Observações (PT):

A UC tem 6 horas de EaD, sendo 3 na modalidade síncrona e 3 na modalidade assíncrona.

Numa perspetiva de metodologia ativa baseada em projetos (Project Based Learning), a ESCE concebeu, em 2012, um projeto extracurricular designado Projeto Integrado - Leaders for the Future (PI), transversal a todas as licenciaturas e com Regulamento próprio. Ao longo dos 3 anos do curso, e através da aplicação dos conhecimentos e competências desenvolvidas no âmbito do plano de estudos, os alunos percorrem todo o processo empreendedor, desde a geração da ideia (produto ou serviço) até à apresentação do plano de negócio. Em termos metodológicos, o PI funciona em regime integrado nas UC relacionadas com as respetivas tarefas: os alunos desenvolvem tarefas ao longo de todos os semestres do curso, alocadas a UC pré-definidas no "Guião de Apoio ao Desenvolvimento" do PI. A presente UC é aquela a que está afeto o PI no 1º semestre do 2º ano da licenciatura.

4.2.17. Observações (EN):

Pursuing an active project-based methodology (Project Based Learning), in 2012, ESCE designed an extracurricular project called Integrated Project - Leaders for the Future (known by the acronym PI), transversal to all undergraduate degrees and abiding by its own Regulation. All over the 3 years of the course, and through the application of the knowledge and skills developed within the scope of the study plan, students go through the entire entrepreneurial process, from the breeding of the idea (product or service) to the presentation of the business plan. In methodological terms, the PI follows an integrated regime in the curricular units (CU) related to the respective tasks: students develop tasks throughout all semesters of the course, allocated to CU pre-defined in the PI's "Development Support Guide". This CU is the one to which the PI is assigned in the 1st semester of the 2nd year of the bachelor's degree.
UC with 6h EaD 3h /synchronous)and 3h (asynchronous).

Mapa III - Comunicação Integrada de Marketing

4.2.1. Designação da unidade curricular (PT):

Comunicação Integrada de Marketing

4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):

Integrated Marketing Communication

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (PT):

MeP

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (EN):

MeA

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (PT):

Semestral 1ºS

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (EN):

Semiannual 1st S

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

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

162.0

4.2.5. Horas de contacto:

Presencial (P) - TP-45.0

4.2.6. % Horas de contacto a distância:

0.00%

4.2.7. Créditos ECTS:

6.0

4.2.8. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular:

• Álvaro Miguel da Costa Cairrão - 45.0h

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

[sem resposta]

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (PT):

1. Contextualizar a Comunicação Integrada de Marketing no Processo de Marketing Global
2. Compreensão do que é a Comunicação Integrada em Marketing
3. Compreensão das várias ferramentas e instrumentos de Comunicação em Marketing
4. Analisar e interpretar casos reais de comunicação integrada de marketing
5. Elaborar um Plano de Comunicação Integrada de Marketing
6. Desenvolver competências transversais que facilitem o estabelecimento da relação educativa e a promoção da aprendizagem e do desenvolvimento dos alunos em contexto profissional

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (EN):

1. Contextualize Integrated Marketing Communication in the Global Marketing Process
2. Understanding what Integrated Communication in Marketing is
3. Understanding the various Marketing Communication tools and instruments
4. Analyze and interpret real cases of integrated marketing communication
5. Develop an Integrated Marketing Communication Plan
6. Develop transversal skills that facilitate the establishment of an educational relationship and the promotion of student learning and development in a professional context

4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):

1. Da estratégia de marketing à estratégia de comunicação
2. Comunicação Integrada de Marketing (CIM)
 - 2.1 Conceito e evolução até à Era Omnicanal
 - 2.2 Comportamento e jornada do consumidor
 - 2.2 Instrumentos de CIM
 - 2.3 O Plano de CIM
 - 2.4 Análise de casos
3. Elaboração de um plano de CIM aplicado a uma realidade

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):

1. From marketing strategy to communication strategy
2. Integrated Marketing Communication (IMC)
 - 2.1 Concept and evolution until the Omnicanal Era
 - 2.2 Consumer behavior and journey
 - 2.2 CIM instruments
 - 2.3 The CIM Plan
 - 2.4 Case analysis
3. Development of an IMC plan applied to a reality

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

Os conteúdos lecionados dotarão os estudantes dos conceitos fundamentais para compreender a necessidade e pertinência da Comunicação Integrada de Marketing no processo global de uma empresa ou organização de outra natureza. Nesse sentido, relacionamos de forma coerente os seguintes conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem:

Conteúdo Programático (CP) 1 com os Objetivos (O) 1:

CP 2 com O 2, 3, 4 e 6;

CP 3 com O 5 e 6.

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

The content taught will provide students with the fundamental concepts to understand the need and relevance of Integrated Marketing Communication in the global process of a company or organization of another nature. In this sense, we coherently relate the following syllabus to the learning objectives:

Program Content (CP) 1 with Objectives (O) 1:

CP 2 with O 2, 3, 4 and 6;

CP 3 with O 5 and 6.

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (PT):

Metodologia expositiva sobre os diferentes pontos do programa, articulada com metodologia heurística com práticas interrogativas, que apelam à participação dos alunos. Análise e discussão de casos com base na metodologia Flipped Classroom e Challenge Based Learning.

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (EN):

Expository methodology on the different points of the program, articulated with a heuristic methodology with interrogative practices, which call for student participation. Analysis and discussion of cases based on the Flipped Classroom and Challenge Based Learning methodology.

4.2.14. Avaliação (PT):

Os alunos poderão ser avaliados em dois momentos alternativos: avaliação contínua e avaliação por exame.

1. Avaliação Contínua

70% Teste escrito

30% Trabalho prático dividido em dois momentos. O Primeiro deverá ser submetido na plataforma Moodle e apresentado em sala aula, o segundo apenas submetido na citada plataforma. Cada um dos momentos de avaliação corresponde a 15% da avaliação total.

2. Avaliação Não Contínua (Épocas Normal, Recurso ou Especial)

100% exame

Observações:

A aprovação à unidade curricular está condicionada às seguintes situações:

1- Obtenção de uma nota mínima de 7,5 valores em cada componente de avaliação.

2- Obtenção de uma média ponderada de todos os fatores de avaliação igual ou superior a 9,5 valores.

Eventuais situações de avaliação não previstas regem-se pelo Regulamento de Frequência e Avaliação do Aproveitamento dos estudantes adotado pela ESCE.

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.14. Avaliação (EN):

Students may be assessed at two alternative times: continuous assessment and assessment by exam.

1. Continuous Assessment

70% Written test

30% Practical work divided into two moments. The first must be submitted on the Moodle platform and presented in the classroom, the second only submitted on the aforementioned platform. Each of the evaluation moments corresponds to 15% of the total evaluation.

2. Non-Continuous Assessment (Normal, Appeal or Special Seasons)

100% exam

Comments:

Approval of the curricular unit is subject to the following situations:

1- Obtaining a minimum grade of 7.5 in each assessment component.

2- Obtaining a weighted average of all evaluation factors equal to or greater than 9.5 values.

Any unforeseen assessment situations are governed by the Attendance and Assessment of Student Achievement Regulations adopted by ESCE.

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

O perfil de formação dos futuros licenciados por este ciclo de estudos conduzirá a profissionais qualificados, detentores de conhecimentos, capacidades e competências na sua área de formação. Para isso, e com vista à operacionalização dos objetivos da unidade curricular em referência, as metodologias de ensino adotadas: aulas expositivas, articulando-se a exposição teórica dos temas com práticas interrogativas; desafios relacionados com a metodologia Flipped Classroom e Challenge Based Learning possibilitam o desenvolvimento de competências técnicas que permitam os alunos tomar decisões do ponto de vista da comunicação integrada de marketing.

As metodologias indicadas no presente documento permitem aos alunos: Identificar a relação entre comunicação integrada de marketing e o marketing mix, bem como compreender a importância da comunicação integrada de marketing no comportamento do consumidor e no processo de decisão de compra. Permitem ainda aferir o desenvolvimento do aluno no que tange às competências transversais adquiridas. Por outro lado, o acompanhamento tutorial possibilita ao docente a monitorização dos percursos formativos dos seus alunos em prol do sucesso pessoal e profissional destes.

Em resumo, a coerência entre os objetivos de aprendizagem, os conteúdos programáticos e as metodologias de avaliação é evidente, promovendo uma abordagem abrangente, prática e alinhada com as exigências do mundo real.

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

The training profile of future graduates from this study cycle will lead to qualified professionals, possessing knowledge, skills and competencies in their area of training. To this end, and with a view to operationalizing the objectives of the curricular unit in question, the teaching methodologies adopted: expository classes, articulating the theoretical exposition of themes with interrogative practices; Challenges related to the Flipped Classroom and Challenge Based Learning methodology enable the development of technical skills that allow students to make decisions from the point of view of integrated marketing communication.

The methodologies indicated in this document allow students to: Identify the relationship between integrated marketing communication and the marketing mix, as well as understand the importance of integrated marketing communication in consumer behavior and the purchasing decision process. They also allow the student's development to be assessed in terms of transversal skills acquired. On the other hand, tutorial monitoring allows teachers to monitor their students' training paths in favor of their personal and professional success.

In summary, the coherence between the learning objectives, the syllabus and the assessment methodologies is evident, promoting a comprehensive, practical approach aligned with real-world requirements.

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE
em Funcionamento**4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (PT):**

Belch, G. & Belch, M. (2023). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective (13th Edition)*. McGraw-Hill.

Baynast, A., Lendrevie, J., Lévy, J., Dionísio, P. & Rodrigues, V. (2018). *Mercator 25 Anos - O Marketing na Era Digital*. Lisboa, Dom Quixote.

CASTRO, J. (2002). *Comunicação de marketing*, Lisboa: Edições Sílabo

LENDREVIE, J. e al. (2010) - *Publicitor: Comunicação 360º online - offline*. Lisboa, Publicações D. Quixote.

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (EN):

Belch, G. & Belch, M. (2023). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective (13th Edition)*. McGraw-Hill.

Baynast, A., Lendrevie, J., Lévy, J., Dionísio, P. & Rodrigues, V. (2018). *Mercator 25 Anos - O Marketing na Era Digital*. Lisboa, Dom Quixote.

CASTRO, J. (2002). *Comunicação de marketing*, Lisboa: Edições Sílabo

LENDREVIE, J. e al. (2010) - *Publicitor: Comunicação 360º online - offline*. Lisboa, Publicações D. Quixote.

4.2.17. Observações (PT):

[sem resposta]

4.2.17. Observações (EN):

[sem resposta]

Mapa III - Comunicação Publicitária**4.2.1. Designação da unidade curricular (PT):**

Comunicação Publicitária

4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):

Advertising Communication

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (PT):

MeP

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (EN):

MeA

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (PT):

Semestral 1ºS

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (EN):

Semiannual 1st S

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

81.0

4.2.5. Horas de contacto:

Presencial (P) - TP-45.0

4.2.6. % Horas de contacto a distância:

0.00%

4.2.7. Créditos ECTS:

3.0

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.8. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular:

- Manuel José Serra da Fonseca - 45.0h

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

[sem resposta]

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (PT):

Serão abordadas as vertentes estratégica e tática da atividade publicitária. No final da UC os alunos deverão ter capacidade para assimilar a linguagem técnica utilizada na área e devem ser capazes de desenvolver uma estratégia de comunicação publicitária na ótica da agência de comunicação e do anunciante. Objetivos específicos: Identificar o contexto evolutivo, ético e legal da Publicidade, bem como compreender as suas premissas teóricas; Desmistificar a terminologia própria da área; Contextualizar a Publicidade no âmbito da Comunicação Integrada e da estratégia de Marketing; Identificar os modelos de negócios da publicidade e respetivos intervenientes (O1); Promover competências reflexivas e estratégicas na definição de soluções de planeamento (a montante do processo criativo e a jusante, no planeamento de meios); Compreender e experimentar os fundamentos formais do processo de criação publicitária; Equacionar e problematizar novas tendências comunicativas em Publicidade (O2).

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (EN):

The strategic and tactical aspects of advertising activity will be covered. At the end of the course, students should be able to assimilate the technical language used in the area and should be able to develop an advertising communication strategy from the perspective of the communication agency and the advertiser. Specific objectives: Identify the evolutionary, ethical and legal context of Advertising, as well as understanding its theoretical premises; Demystify the terminology used in the area; Contextualize Advertising within the scope of Integrated Communication and Marketing strategy; Identify advertising business models and their respective players (O1); Promote reflective and strategic skills in defining planning solutions (upstream of the creative process and downstream, in media planning); Understand and experiment with the formal foundations of the advertising creation process; Consider and problematize new communication trends in Advertising (O2).

4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):

1. Comunicação Publicitária – Fundamentos: Enquadramento (Definição, História, Tipos, Funções, Objetivos); Publicidade e Marketing; A Publicidade no Contexto da Comunicação Integrada de Marketing; Agências de Publicidade e de Comunicação; Legislação Relevante.
- 2 - Comunicação Publicitária – Estratégias: O processo criativo; Estruturação da Mensagem; Estratégia e Plano de Comunicação.
- 3 - Comunicação Publicitária – Marcas: A Marca e os seus Significados; Fontes de Valor de uma Marca; Criar, Posicionar e Reposicionar uma Marca Recorrendo à Publicidade.
- 4 - Comunicação Publicitária – Criatividade; Processos de Criação; Premissas de Criação de Anúncios de Imprensa, TV, Rádio, Out of Home e Comunicação Online.
- 5 - Comunicação Publicitária – Meios: Meios Publicitários; Estratégia de Meios; O Processo de Compra de Tempo e Espaço; Avaliação Quantitativa e Qualitativa da Eficácia da Publicidade.
- 6 - Comunicação Publicitária – Futuro: Consumidores; Meios; Estratégias.

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):

1. Advertising Communication - Fundamentals: Framework (Definition, History, Types, Functions, Objectives); Advertising and Marketing; Advertising in the Context of Integrated Marketing Communication; Advertising and Communication Agencies; Relevant Legislation.
- 2 - Advertising Communication - Strategies: The creative process; Structuring the Message; Communication Strategy and Plan.
- 3 - Advertising Communication - Brands: The Brand and its Meanings; Sources of Brand Value; Creating, Positioning and Repositioning a Brand Using Advertising.
- 4 - Advertising Communication - Creativity; Creation Processes; Creation Assumptions for Press Ads, TV, Radio, Out of Home and Online Communication.
- 5 - Advertising Communication - Media: Advertising Media; Media Strategy; The Time and Space Buying Process; Quantitative and Qualitative Evaluation of Advertising Effectiveness.
- 6 - Advertising Communication - Future: Consumers; Media; Strategies.

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

A coerência dos Conteúdos Programáticos (CP) com os Objetivos (O), pode ser observada através da seguinte relação:

CP1 --> O1
CP2 --> O1; O2
CP3 --> O1
CP4 --> O2
CP5 --> O2
CP6 --> O2

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

The coherence of the Programmatic Contents (PC) with the Objectives (O) can be observed through the following relationship:

PC1 --> O1
PC2 --> O1; O2
PC3 --> O1
PC4 --> O2
PC5 --> O2
PC6 --> O2

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (PT):

As aulas permitem o enquadramento teórico-prático dos temas abordados e a conceptualização dirigida das várias temáticas desenvolvidas na UC, sendo fomentado o sentido crítico e autocrítico, bem como a prática de uma atitude ética em termos pessoais e profissionais. Promove-se o desenvolvimento, exposição e discussão crítica de casos e exercícios e estimula-se o reforço de capacidades analíticas. A participação nas aulas permite o desenvolvimento de competências de comunicação orais e escritas. Complementarmente os alunos adquirem aptidões diversas, como: capacidade de trabalho em equipa, capacidade para identificar e resolver problemas; organizar, planejar e programar tarefas; ter espírito de iniciativa; aplicação de conhecimentos (teóricos, técnicos e operacionais). É ainda facilitada a familiarização com terminologia de investigação em comunicação publicitária; seleção e recolha de informação; pesquisa bibliográfica; identificação e referência das fontes de informação utilizadas; preparação de relatórios. Em sintonia com o modelo pedagógico do IPVC - que destaca as oportunidades de aprendizagem ativa, centradas no estudante - e com a natureza teórico-prática da UC associada a um trabalho aplicado a uma organização real (briefing, plano de trabalho criativo e ação de comunicação publicitária aplicados a uma empresa), permite recorrer a uma abordagem pedagógica assente na "Aprendizagem Baseada em Problemas" (recorrendo a problemas de comunicação empresarial reais, com base na definição concreta de objetivos e feedback frequente e personalizado, os alunos definirão estratégias e táticas de resolução e apresentarão resultados documentados, desenvolvendo, também, competências de pensamento crítico. Neste contexto – e de forma processual – os alunos desenvolverão a sua atividade em três fases: identificação e definição do problema de comunicação; aceder, avaliar e utilizar a informação primária e secundária; apresentação da solução de comunicação publicitária para o problema).

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (EN):

The lectures provide a theoretical and practical framework for the topics covered and a guided conceptualization of the various themes developed in the course, fostering a critical and self-critical sense, as well as the practice of an ethical attitude in personal and professional terms. The development, presentation and critical discussion of cases and exercises is promoted and the strengthening of analytical skills is encouraged. Participation in classes enables the development of oral and written communication skills. In addition, students acquire various skills, such as: teamwork, the ability to identify and solve problems; organizing, planning and scheduling tasks; a spirit of initiative; the application of knowledge (theoretical, technical and operational). It also facilitates familiarization with research terminology in advertising communication; selection and collection of information; bibliographical research; identification and referencing of the sources of information used; preparation of reports. In line with IPVC's pedagogical model - which highlights opportunities for active, student-centered learning - and with the theoretical-practical nature of the course associated with work applied to a real organization (briefing, creative strategy and advertising communication action applied to a company), makes it possible to use a pedagogical approach based on "Problem-Based Learning" (using real business communication problems, based on the concrete definition of objectives and frequent and personalized feedback, students will define resolution strategies and tactics and present documented results, while also developing critical thinking skills. In this context - and in a procedural way - students will develop their activity in three phases: identifying and defining the communication problem; accessing, evaluating and using primary and secondary information; presenting the advertising communication solution to the problem).

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.14. Avaliação (PT):

Na avaliação contínua o aluno é avaliado através da realização de um trabalho prático (individual ou em grupo) e de uma prova escrita. O aluno que não opte pela avaliação contínua, realizará um exame final, acrescido de um trabalho individual. Assim, os alunos poderão ser avaliados em dois momentos alternativos:

1. Avaliação Contínua --> Realização de um Trabalho Individual ou em Grupo e Respetiva Apresentação (briefing, plano de trabalho criativo e ação de comunicação publicitária) + Prova escrita = (50%+50%).
2. Avaliação Final --> Realização de um Trabalho Individual (briefing, plano de trabalho criativo e ação de comunicação publicitária) + Prova escrita (exame) = (30%+70%).

A aprovação à unidade curricular está condicionada às seguintes situações: obtenção de uma nota mínima de 8 valores em cada componente de avaliação do trabalho e obtenção de uma média ponderada igual ou superior a 9,5 valores).

4.2.14. Avaliação (EN):

In continuous assessment, students are assessed through practical work (individual or group) and a written test. Students who do not opt for continuous assessment will take a final exam, plus an individual assignment. Thus, students can be assessed at two alternative times:

1. Continuous Assessment --> Individual or Group Work and Presentation (briefing, copy strategy and advertising communication action) + Written Test = (50%+50%).
2. Final Assessment --> Individual Assignment (briefing, copy strategy and advertising communication action) + Written Test (exam) = (30%+70%).

Passing the course is subject to the following: obtaining a minimum mark of 8 in each assessment component of the assignment and obtaining a weighted average of 9.5 or more.)

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

Os diferentes pontos explicitados no programa serão abordados numa perspetiva teórico-prática. Assim, complementarmente à exposição teórica dos temas (onde a informação será facultada a partir de uma variedade de fontes: bibliografia recomendada, artigos científicos, trabalhos escritos e apresentações audiovisuais) pretendem-se protagonizar práticas interrogativas e de análise crítica de casos práticos. Paralelamente proceder-se-á à realização de um trabalho individual ou em grupo, bem como ao acompanhamento tutorial aos alunos na realização do mesmo, no contexto da "aprendizagem baseada em problemas" anteriormente referenciada. Atendendo à pertinência do trabalho prático no âmbito das abordagens pedagógicas ativas, o mesmo estará presente nas diferentes épocas de avaliação (avaliação contínua ou avaliação por exame).

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

The different points explained in the syllabus will be approached from a theoretical-practical perspective. Thus, in addition to the theoretical exposition of the topics (where information will be provided from a variety of sources: recommended bibliography, scientific articles, written work and audiovisual presentations), the aim is to provide interrogative practice and critical analysis of practical cases. At the same time, individual or group work will be carried out, as well as tutorial support for students in carrying it out, in the context of the "problem-based learning" mentioned above. Given the relevance of practical work in the context of active pedagogical approaches, it will be present in the different assessment periods (continuous assessment or assessment by exam).

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (PT):

- Belch, G. & Belch, M. (2023). Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective (13th Edition). McGraw-Hill.
- Baynast, A., Lendrevie, J., Lévy, J., Dionísio, P. & Rodrigues, V. (2018). Mercator 25 Anos - O Marketing na Era Digital. Lisboa, Dom Quixote.

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (EN):

- Belch, G. & Belch, M. (2023). Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective (13th Edition). McGraw-Hill.
- Baynast, A., Lendrevie, J., Lévy, J., Dionísio, P. & Rodrigues, V. (2018). Mercator 25 Anos - O Marketing na Era Digital. Lisboa, Dom Quixote.

4.2.17. Observações (PT):

Belch, G. & Belch, M. (2023). Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective (13th Edition). McGraw-Hill não existe no acervo do IPVC, não obstante foi já solicitada a sua aquisição. Importa ainda referir que existe a mesma referência na sua 4ª. edição de 1998.

4.2.17. Observações (EN):

Belch, G. & Belch, M. (2023). Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective (13th Edition). McGraw-Hill does not exist in the IPVC collection, although its acquisition has already been requested. It is also important to note that there is the same reference in its 4th. 1998 edition.

Mapa III - Direito Aplicado ao Marketing**4.2.1. Designação da unidade curricular (PT):***Direito Aplicado ao Marketing***4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):***Law Applied to Marketing***4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (PT):***DIR***4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (EN):***LAW***4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (PT):***Semestral 2ºS***4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (EN):***Semiannual 2nd S***4.2.4. Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):***162.0***4.2.5. Horas de contacto:***Presencial (P) - TP-45.0***4.2.6. % Horas de contacto a distância:***0.00%***4.2.7. Créditos ECTS:***6.0***4.2.8. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular:***• Sérgio Manuel da Costa Machado - 45.0h***4.2.9. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:***[sem resposta]***4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (PT):***Desenvolver com os estudantes conhecimentos necessários para as seguintes competências:*

- 1- Compreender o enquadramento do direito do consumo na ordem jurídica nacional e da União Europeia;*
- 2 - Conhecer as principais fontes do direito do consumo;*
- 3 - Conhecer o quadro essencial dos problemas tratados no âmbito do direito do consumo;*
- 4- Compreender de forma aprofundada a legislação especial de consumo em sectores-chave da economia e da sociedade;*
- 5 - Conhecer os contratos privados de consumo mais relevantes;*
- 6 - Analisar e compreender as soluções legais no âmbito do direito do consumo;*
- 7 - Conhecer os mecanismos judiciais e extrajudiciais de resolução de conflitos de consumo.*

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (EN):

To develop with students the knowledge necessary for the following competencies:

- 1 - Understand the framework of consumer law in the national and EU legal order;
- 2 - To know the main sources of consumer law in the national legal order;
- 3 - Know the essential framework of the problems dealt with in the field of consumer law;
- 4 - Gain an in-depth understanding of special consumer legislation in key sectors of the economy and society;
- 5 - Know the most relevant private consumer contracts;
- 6 - Analyze and understand legal solutions within the scope of consumer law;
- 7 - Know the judicial and extrajudicial mechanisms for resolving consumer disputes.

4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):

1-Noções Fundamentais:1.1-Introdução ao direito do consumo;1.2-O conceito de consumidor
2-Direitos do Consumidor:Direito à qualidade dos bens e serviços;Direito à proteção da saúde e segurança;Direito à formação e educação para o consumo;Direito à informação;Direito à proteção dos interesses económicos;Direito à prevenção e à reparação de danos;Direito à proteção jurídica e ao acesso à justiça
3-Contratação de Consumo:3.1-Formação:indicação dos preços, práticas comerciais com redução do preço, publicidade, práticas comerciais desleais;3.2- Conteúdo: cláusulas contratuais gerais;3.3-Efeitos;3.4-Cumprimento;3.5-Extinção:direito de arrependimento
4-Contratos de Consumo em Especial:4.1-Contratos celebrados à distância e fora de estabelecimento comercial;4.2-Serviços públicos essenciais;4.3-Venda de bens de consumo e fornecimento de conteúdos e serviços digitais;4.4- Crédito ao consumo.
5-Resolução de Conflitos de Consumo:5.1-Ações Judiciais;5.2-Meios Alternativos de resolução de litígios

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):

1-Fundamental Notions:1.1-Introduction to consumer law;1.2-The concept of consumer.
2-Consumer rights:Right to quality of goods and services;Right to health and safety protection;Right to consumer education and training;Right to information;Right to protection of economic interests;Right to prevention and compensation;Right to legal protection and access to justice.
3-Consumer Contracts:3.1-Formation: indication of prices, commercial practices with price reduction, advertising, unfair commercial practices;3.2- Content: general contractual clauses;3.3-Effects;3.4-Enforcement;3.5-Extinction: right of withdrawal.
4-Consumer Contracts in particular:4.1-Contracts concluded at a distance and away from business premises;4.2-Essential public services;4.3-Sale of consumer goods and supply of digital content and services;4.4-Consumer credit.
5-Resolution of Consumer Conflicts:5.1-Court actions;5.2-Alternative means of dispute resolution.

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

O objetivo 1 é familiarizar os estudantes com noções fundamentais de direito do consumo.
Por sua vez, o objetivo 2 incide sobre a identificação de fontes nacionais, europeias e internacionais no âmbito do direito do consumo.
Com o objetivo 3 pretende-se identificar as principais questões associadas ao direito do consumo.
No objetivo 4 está implícita aplicação da legislação inerente aos problemas levantados pelo direito do consumo na sociedade atual.
Respeitante ao objetivo 5 serão diferenciados os principais contratos de consumo.
Relativamente ao objetivo 6 pretende-se analisar e aplicar a legislação, de direito do consumo, em casos práticos.
Por fim, para atingir o objetivo 7 será apresentado o sistema organizacional e os meios de defesa do consumidor.

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

Objective 1 is to familiarize students with the basics of consumer law.
Objective 2 focuses on identifying national, European and international sources of consumer law.
Objective 3 aims to identify the main issues associated with consumer law.
Objective 4 implies the application of legislation inherent to the problems raised by consumer law in today's society.
With regard to objective 5, the main consumer contracts will be differentiated.
Objective 6 aims to analyze and apply consumer law legislation in practical cases.
Finally, to achieve objective 7, the organizational system and means of consumer protection will be presented.

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (PT):

A defesa de uma unidade curricular autónoma não pode deixar de implicar um exercício de sistematização sobre os conteúdos que a integrarão. Esta análise não deverá, contudo, ser feita no vazio. Pressupõe opções metodológicas ao nível da edificação do programa e do modelo de ensino.

Assim sendo, a lecionação das aulas (TP) compreenderá breves exposições do docente e debates acerca de textos normativos, jurisprudenciais e doutrinários relativos a pontos de matéria previamente indicados, bem como a resolução de casos práticos. Durante as aulas, os estudantes são encorajados a suscitar novos assuntos de discussão e reflexões críticas acerca dos assuntos em consideração. O programa da unidade curricular não pretende esgotar todo o seu objeto (o que seria impossível), antes indicando tópicos da matéria relevantes para a consecução dos objetivos visados; o conteúdo das aulas é portanto flexível, podendo cada um dos tópicos ser mais ou menos desenvolvido consoante o interesse despertado e os caminhos explorados durante a discussão, bem como a discussão ser alargada a outros tópicos, conexos ou não, que sejam sugeridos pelos estudantes em função dos seus interesses ou experiência particulares.

Desta forma, a utilização combinada dos seguintes métodos: método expositivo (apresentação das matérias em aula pelo docente) e método interrogativo (apresentação da matéria através da colocação de questões aos alunos e de debate, promovendo a sua participação ativa nas aulas). O docente assegura sempre a orientação dos debates no sentido da consecução dos objetivos de aprendizagem visados. Por fim, através da plataforma de e-learning, Moodle, serão disponibilizados aos estudantes diversos materiais complementares, nomeadamente artigos científicos e os slides das apresentações realizadas nas aulas.

Também, não podemos desconsiderar que esta unidade curricular é dotada de alguma instabilidade legislativa e os próprios fenómenos que regula estão em constante mudança, pelo que se defende um ensino essencialmente prático. Esta situação pressupõe que os estudantes desenvolvam, cada vez mais, aptidões para trabalhar com bases de dados que lhe permitam um acesso à informação de forma rápida e dinâmica, o que não dispensa uma leitura crítica da informação recolhida. Para tal recomenda-se o trabalho com as bases de dados da Assembleia da República, relativas à preparação de leis (www.parlamento.pt), legislativas (www.digesto.gov), de jurisprudência (www.dgsi.pt) e da Procuradoria-Geral Distrital de Lisboa (www.pgdlisboa), que permite de forma rápida ter acesso à legislação em vigor, aos diplomas consolidados e às alterações legislativas que foram sofrendo ao longo do tempo.

A nível europeu, para além do eur-lex (www.eur-lex.eu), deve ser consultado o European Consumer Law Acquis Data Base (www.e-justice-europa.eu), bem como a jurisprudência do Tribunal de Justiça relacionada com a matéria (curia.europa.eu).

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (EN):

The defense of an autonomous curricular unit cannot fail to involve an exercise in systematizing the contents that will be part of it. However, this analysis should not be done in a vacuum. It presupposes methodological choices in terms of building the program and the teaching model.

Therefore, the lectures (TP) will include brief presentations by the lecturer and debates on normative, jurisprudential and doctrinal texts relating to previously indicated points, as well as the resolution of practical cases. During classes, students are encouraged to raise new topics for discussion and critical reflections on the issues under consideration.

The course syllabus does not aim to cover the whole subject (which would be impossible), but rather indicates topics that are relevant to achieving the objectives; the content of the classes is therefore flexible, and each topic can be developed more or less depending on the interest aroused and the paths explored during the discussion, as well as the discussion being extended to other topics, related or not, that are suggested by the students according to their particular interests or experience.

Thus, the combined use of the following methods: expository method (presentation of the material in class by the teacher) and interrogative method (presentation of the material by asking students questions and discussion, promoting their active participation in class). The teacher always ensures that the debates are guided towards achieving the learning objectives.

Finally, through the e-learning platform Moodle, students will be provided with various complementary materials, including scientific articles and the slides from the presentations made in class.

Also, we cannot disregard that this curricular unit is endowed with some legislative instability and the phenomena it regulates are constantly changing, so an essentially practical teaching is advocated. This situation presupposes that students increasingly develop skills to work with databases that allow them to access information quickly and dynamically, which does not dispense with a critical reading of the information collected. To this end, it is recommended to work with the databases of the Assembly of the Republic, relating to the preparation of laws (www.parlamento.pt), legislation (www.digesto.gov), case law (www.dgsi.pt) and the District Attorney's Office of Lisbon (www.pgdlisboa), which allows quick access to legislation in force, consolidated diplomas and legislative changes that have been undergone over time.

At European level, in addition to eur-lex (www.eur-lex.eu), the European Consumer Law Acquis Data Base (www.e-justice-europa.eu) should be consulted, as well as the case law of the Court of Justice on the matter (curia.europa.eu).

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.14. Avaliação (PT):

A unidade curricular pretende preparar os estudantes para o diagnóstico e adequada resolução dos problemas jurídicos relacionados com o consumidor e com o contrato de consumo.

Privilegia-se, pois, uma perspetiva não puramente teórica, mas com uma função marcadamente aplicativa.

Os conteúdos programáticos irão oferecer conceitos e orientações práticas muito concretas, sempre com o intuito de permitir ao estudante associar a legislação com o respetivo impacto nas relações de consumo. Perceberão o papel do legislador europeu e nacional, a interligação entre eles. Os conteúdos programáticos projetados irão servir de instrumentos de discussão durante toda a unidade curricular porque se pretende que sejam objeto de aplicação prática.

Em concreto, o estudante será permanentemente desafiado a refletir sobre os diversos temas, apresentar atitude crítica sobre os mesmos e alcançar as melhores soluções.

Neste sentido, a aprendizagem resulta dos conhecimentos ministrados pelo docente e de um trabalho próprio a realizar pelos estudantes.

Assim, os parâmetros de avaliação resultam dos objetivos de ensino que se colocam ao e pelo docente, e dos objetivos de aprendizagem e de investigação que se colocam aos estudantes.

Por fim, a proposta de métodos de avaliação é constituída por:

- Avaliação Contínua: composta por dois momentos de avaliação com a seguinte ponderação: 50% para a primeira prova escrita; 50% para a segunda prova escrita: Total 100%. É exigida a nota mínima de 8 valores (numa escala de 0 a 20 valores) em ambas as provas escritas.*
- Avaliação por Exame Final (época normal, época de recurso ou época especial): realizada através de uma prova escrita, com a ponderação de 100% da classificação.*

4.2.14. Avaliação (EN):

The course aims to prepare students to diagnose and properly resolve legal problems relating to consumers and consumer contracts.

It therefore favors a perspective that is not purely theoretical, but has a markedly applicative function.

The syllabus will offer very concrete concepts and practical guidelines, always with the aim of enabling students to associate legislation with its impact on consumer relations. They will understand the role of European and national legislators and the interconnection between them.

The syllabus will serve as a discussion tool throughout the course because it is intended to be applied in practice.

In particular, the student will be permanently challenged to reflect on the various topics, to present a critical attitude on them and to reach the best solutions.

In this sense, learning results from the knowledge provided by the teacher and from the students' own work.

Thus, the assessment parameters result from the teaching objectives that are set by the teacher, and the learning and research objectives that are set for the students.

Finally, the proposed assessment methods consist of:

- Continuous Assessment: made up of two assessment periods weighted as follows: 50% for the first written test; 50% for the second written test: Total 100%. A minimum mark of 8 (on a scale of 0 to 20) is required in both written tests.*
- Assessment by Final Exam (regular season, appeal season or special season): carried out by means of a written test, with a weighting of 100% of the classification.*

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

A unidade curricular tem como objetivo primordial fazer uma abordagem, o mais completa possível, das especificidades do direito dos consumidores, que se encontra regulamentada em vários diplomas legais, no cumprimento das normas da União Europeia e internacionais no que concerne à defesa dos consumidores perante a agressividade dos mercados. A mesma visa dar aos estudantes conhecimentos aprofundados sobre áreas nucleares no âmbito do direito do consumo, nomeadamente no que diz respeito a matérias como os direitos dos consumidores, o direito da publicidade, as cláusulas contratuais abusivas, as práticas comerciais desleais, os serviços públicos essenciais, a venda de bens de consumo e fornecimento de conteúdos e serviços digitais, a contratação à distância, o crédito ao consumo, bem como o sistema organizacional e os meios processuais de defesa do consumidor, de forma a permitir aos estudantes a perspetivação geral da matéria e o desenvolvimento do seu espírito crítico.

As aulas assumirão uma natureza interativa, com a exposição dos temas por parte do docente e simultânea discussão com os estudantes, sempre acompanhada pela análise e discussão em sala de aula de casos reais.

Para estimular ainda mais aquela interação, os estudantes serão orientados para a pesquisa e análise de legislação e jurisprudência, bem como para sites de organismos estatais na área dos temas programáticos.

Assim, as aulas são estruturadas de modo a oferecer uma visão dos principais temas de interesse em direito do consumo, apresentando aos estudantes a informação nuclear sobre os direitos do consumidor, nomeadamente ao serem confrontados com casos concretos do quotidiano, apelando à aplicação prática dos conhecimentos que já detêm conformando-os com as vicissitudes próprias do direito do consumo.

Além do mais, visa fomentar a criação de uma certa sensibilidade para as questões de direito do consumo, destinada a identificar os problemas jurídicos emergentes no contexto social em que se inserem, bem como a desenvolver as suas capacidades de fundamentação e argumentação.

Em termos de objetivos específicos da unidade curricular pretende-se que, no final da unidade curricular, os estudantes sejam capazes de: estar aptos a entender a linguagem técnico jurídica, que lhes poderá ser útil não só na perceção dos direitos e deveres que lhes assistirão enquanto profissionais. Deverão ter apreendido a importância do cumprimento das regras jurídicas, como fator primordial na salvaguarda da autonomia da sua atividade profissional.

Por tudo, pretende-se que os estudantes passem a conhecer toda a importância que o direito dos consumidores tem na sociedade contemporânea, tanto no que concerne ao momento da aquisição do bem, como nos momentos posteriores.

No final, os estudantes deverão ter conhecimentos gerais sobre os princípios fundamentais do Direito do Consumo, de modo a identificarem e a resolverem os problemas com que se depararem nessa área.

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

The main objective of the course is to provide as complete an approach as possible to the specificities of consumer law, which is regulated in various legal texts, in compliance with European Union and international standards regarding consumer protection in the face of aggressive markets. It aims to provide students with in-depth knowledge of core areas of consumer law, in particular with regard to matters such as consumer rights, advertising law, unfair contract terms, unfair commercial practices, essential public services, the sale of consumer goods and the supply of digital content and services, distance contracting, consumer credit, as well as the organizational system and procedural means of consumer protection, in order to give students an overview of the subject and develop their critical thinking.

Classes will be interactive in nature, with the lecturer presenting the topics and then discussing them with the students, always accompanied by in-class analysis and discussion of real cases.

To further stimulate this interaction, students will be encouraged to research and analyze legislation and case law, as well as the websites of state bodies in the area of the syllabus topics.

Classes are therefore structured in such a way as to provide an overview of the main topics of interest in consumer law, presenting students with core information on consumer rights, particularly when they are confronted with concrete everyday cases, calling for the practical application of the knowledge they already have, bringing it into line with the vicissitudes of consumer law.

In addition, it aims to encourage the creation of a certain sensitivity to consumer law issues, aimed at identifying emerging legal problems in their social context, as well as developing their reasoning and argumentation skills.

In terms of the specific objectives of the course, by the end of the course, students should be able to: understand technical legal language, which can be useful not only for understanding their rights and duties as professionals. They should have grasped the importance of complying with legal rules, as a key factor in safeguarding the autonomy of their professional activity.

The aim is for students to learn all about the importance of consumer law in contemporary society, both at the time of purchase and afterwards.

At the end of the course, students should have a general knowledge of the fundamental principles of consumer law, so that they can identify and resolve the problems they encounter in this area.

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (PT):

- CARVALHO, Jorge Morais, *Manual de Direito do Consumo*, 2.ª ed., Almedina, Coimbra, 2014.

- CARVALHO, Jorge Morais / FERREIRA, João Pedro Pinto, *Contratos Celebrados à Distância e Fora do Estabelecimento Comercial - Anotação ao Decreto-Lei n.º 24/2014, de 14 de Fevereiro*, Almedina, Coimbra, 2014.

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE
em Funcionamento**4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (EN):**

- CARVALHO, Jorge Morais, *Manual de Direito do Consumo*, 2.ª ed., Almedina, Coimbra, 2014.
- CARVALHO, Jorge Morais / FERREIRA, João Pedro Pinto, *Contratos Celebrados à Distância e Fora do Estabelecimento Comercial - Anotação ao Decreto-Lei n.º 24/2014, de 14 de Fevereiro*, Almedina, Coimbra, 2014.

4.2.17. Observações (PT):

[sem resposta]

4.2.17. Observações (EN):

[sem resposta]

Mapa III - Distribuição e Gestão de Vendas**4.2.1. Designação da unidade curricular (PT):**

Distribuição e Gestão de Vendas

4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):

Distribution and Sales Management

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (PT):

MeP

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (EN):

MeA

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (PT):

Semestral 1ºS

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (EN):

Semiannual 1st S

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

162.0

4.2.5. Horas de contacto:

Presencial (P) - TP-45.0

4.2.6. % Horas de contacto a distância:

0.00%

4.2.7. Créditos ECTS:

6.0

4.2.8. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular:

- *Manuel Joaquim de Sousa Pereira - 45.0h*

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

[sem resposta]

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (PT):

- 1- Compreender o que é a distribuição, identificar os circuitos e canais de distribuição, a sua profundidade e extensão, bem como, as suas formas de organização.
- 2- Analisar as tipologias do ponto de venda e as suas estratégias de distribuição Omnicanal, na sua dinâmica física e digital.
3. Desenvolver atividades logísticas de distribuição, remuneração e gestão de stocks, rentabilidade, técnicas de gestão no local de venda e tendências futuras.
- 4- Operacionalizar novas dinâmicas de negociação e gestão de equipas de vendas, promoção e merchandising e contributos relevantes para o sucesso comercial das empresas
5. Desenvolver competências transversais que facilitem o estabelecimento da relação educativa e a promoção da aprendizagem e do desenvolvimento dos alunos em contexto profissional.

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (EN):

- 1- Understand what distribution is, identify the distribution circuits and channels, their depth and extent, as well as their forms of organization.
- 2- Analyze point of sale typologies and their Omnichannel distribution strategies, in their physical and digital dynamics.
3. Develop logistical activities for distribution, remuneration and stock management, profitability, management techniques at the point of sale and future trends.
- 4- Operationalize new dynamics of negotiation and management of sales, promotion and merchandising teams and relevant contributions to the commercial success of companies
5. Develop transversal skills that facilitate the establishment of an educational relationship and the promotion of student learning and development in a professional context.

4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):

1. Distribuição: conceito e evolução histórica, circuitos de distribuição e sua profundidade;
2. Canais de distribuição: extensão, formas de organização, funções, o poder dos canais de distribuição, e distribuição omnicanal.
3. Cálculos relativos à remuneração da distribuição, a margem bruta, mark up, o stock médio e rácio de rotação de stocks e o investimento do capital investido;
4. A empresa de distribuição, caracterização do sector grossista e retalhista, elementos estratégicos da empresa de distribuição, tendência futuras;
5. Relação entre produtores e distribuidores, o marketing mix dos produtores, política de referenciamento, os conflitos entre produtores e distribuidores;
6. Ponto de venda e gestão de vendas, distinção entre marketing e merchandising e análise ao comportamento dos clientes e sustentabilidade.
7. Implementação de estratégias de animação do ponto de venda, dinâmicas de comunicação e promoção, os serviços ao consumidor.

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):

1. Distribution: concept and historical evolution, distribution circuits and their depth;
2. Distribution channels: extension, forms of organization, functions, the power of distribution channels, and omnichannel distribution.
3. Calculations relating to distribution remuneration, gross margin, mark up, average stock and stock rotation ratio and investment of invested capital;
4. The distribution company, characterization of the wholesale and retail sector, strategic elements of the distribution company, future trends;
5. Relationship between producers and distributors, producers' marketing mix, referencing policy, conflicts between producers and distributors;
6. Point of sale and sales management, distinction between marketing and merchandising and analysis of customer behavior and sustainability.
7. Implementation of point-of-sale animation strategies, communication and promotion dynamics, and consumer services.

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

Os conteúdos programáticos referidos nos pontos 1 e 2 proporcionam aos alunos os conceitos fundamentais e terminologia utilizada na distribuição e gestão de vendas, referidos no (objetivo 1 e 2); os conteúdos colocados no ponto 3 abordam a remuneração da distribuição e gestão de stocks e rentabilidade que estão em coerência com o (objetivo 3); os temas referidos no ponto 4 e 5 relativos com os elementos estratégicos da empresa de distribuição, relação entre produtores e distribuidores, franchising, merchandising e promoções e comportamento do consumidor que estão em sintonia como o (objetivo 4). Todos conteúdos programáticos se relacionam com (objetivo 5) na perspetiva do desenvolvimento das competências transversais dos alunos.

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

The syllabus referred to in points 1 and 2 provide students with the fundamental concepts and terminology used in distribution and sales management, referred to in (objective 1 and 2); the contents placed in point 3 address the remuneration of distribution and stock management and profitability that are in coherence with (objective 3); the themes referred to in points 4 and 5 relating to the strategic elements of the distribution company, the relationship between producers and distributors, franchising, merchandising and promotions and consumer behavior that are in line with (objective 4). All program contents are related to (objective 5) from the perspective of developing students' transversal skills.

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (PT):

A metodologia de ensino visa garantir o acompanhamento do aluno de forma coerente ao longo do processo de aprendizagem, de modo a garantir uma aprendizagem ativa, experiencial e autêntica, sobre os conceitos e metodologias fundamentais da distribuição e gestão de vendas na sua conceitualização e operacionalização. As principais metodologias são:

- 1-Problem-based learning (estimulando a proatividade e o desenvolvimento de competências pessoais e de grupo);*
 - 2-Case study (os alunos procuram realizar atividades de análise, compreensão e aplicação dos conhecimentos adquiridos para resolver uma situação ou problema concreto, relativamente à distribuição e gestão de vendas).*
- Esta abordagem teórica-prática permitirá a aplicação dos conhecimentos e contribuirá para o desenvolvimento de habilidades e competências relevantes sobre a compreensão global e atual desta temática.*

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (EN):

The teaching methodology aims to ensure that the student is monitored consistently throughout the learning process, in order to guarantee active, experiential and authentic learning about the fundamental concepts and methodologies of distribution and sales management in their conceptualization and operationalization. The main methodologies are:

- 1-Problem-based learning (stimulating proactivity and the development of personal and group skills);*
- 2-Case study (students seek to carry out analysis, understanding and application of acquired knowledge to solve a specific situation or problem, regarding distribution and sales management).*

This theoretical-practical approach will allow the application of knowledge and will contribute to the development of relevant skills and competencies regarding the global and current understanding of this topic.

4.2.14. Avaliação (PT):

Os alunos poderão ser avaliados em dois momentos alternativos:

- Em avaliação ao longo do semestre (contínua)*
- Em exame final*

- A avaliação contínua inclui as seguintes componentes:

- a) Teste de avaliação 70%*
- b) Trabalho individual / Grupo com apresentação em sala 30%*

A aprovação à unidade curricular implica a obtenção de uma nota mínima, de 8 valores em cada componente da avaliação, bem como, de uma média final ponderada (global) igual ou superior a 10 valores.

A média ponderada de todos os fatores de avaliação deverá ser superior ou igual a 10 valores para obtenção da aprovação à disciplina.

- Nas épocas de Exame Final (Normal, Recurso e Especial)

Exame Final 100%

O sistema de avaliação da unidade curricular é regido pelo Regulamento de Frequência e Avaliação do aproveitamento dos Estudantes da ESCE.

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.14. Avaliação (EN):

Students may be assessed at two alternative times:

- Under evaluation throughout the semester (continuous)
- In final exam

- Continuous assessment includes the following components:

- a) Assessment test 70%
- b) Individual / Group work with presentation in class 30%

Approval of the curricular unit implies obtaining a minimum grade of 8 points in each component of the assessment, as well as a final weighted average (overall) equal to or greater than 10 points.

The weighted average of all evaluation factors must be greater than or equal to 10 values to obtain approval for the subject.

- During Final Exam times (Normal, Appeal and Special)

Final Exam 100%

The curricular unit's assessment system is governed by the ESCE Student Attendance and Performance Assessment Regulations.

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

A metodologia Problem-based learning pretende estimular a proatividade e o desenvolvimento de competências pessoais e de grupo dos alunos utilizando dinâmicas e atividades de compreensão, análise e aplicação de conceitos e práticas relacionadas com a distribuição e gestão de vendas, em coerência com os (objetivo 1,2 e 3).

A metodologia Case Study permite realizar com os alunos atividades relativas à implementação de uma estratégia relevante de distribuição e gestão de vendas e de acordo com o (objetivos 4). Todos as metodologias de ensino e avaliação se relacionam com (objetivo 5) na perspetiva do desenvolvimento das competências transversais dos alunos.

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

The Problem-based learning methodology aims to stimulate proactivity and the development of students' personal and group skills using dynamics and activities of understanding, analysis and application of concepts and practices related to distribution and sales management, in coherence with the (objective 1,2 and 3).

The Case Study methodology allows students to carry out activities related to the implementation of a relevant distribution and sales management strategy and in accordance with (objectives 4). All teaching and assessment methodologies are related to (objective 5) from the perspective of developing students' transversal skills.

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (PT):

Pratas, J., & Brito, P. (2019). Distribuição, gestão de pontos de venda e de retalho: gestão eficiente do negócio. Coimbra: Conjuntura Actual Editora.

Rosseau, J. (2014). Manual Distribuição (2ª Ed.). Cascais: Princípia.

Moutinho, L., Teixeira, N. & Zeferino, A. (2022) Marketing Futureland, 1ª Edição: Lidel Editores, Lisboa. ISBN: 9789897527449.

Kotler, P., Setiawan, I & Kartajaya, H. (2021) Marketing 5.0 - Tecnologia para a Humanidade, Actual Editora: Lisboa.

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (EN):

Pratas, J., & Brito, P. (2019). Distribuição, gestão de pontos de venda e de retalho: gestão eficiente do negócio. Coimbra: Conjuntura Actual Editora.

Rosseau, J. (2014). Manual Distribuição (2ª Ed.). Cascais: Princípia.

Moutinho, L., Teixeira, N. & Zeferino, A. (2022) Marketing Futureland, 1ª Edição: Lidel Editores, Lisboa. ISBN: 9789897527449.

Kotler, P., Setiawan, I & Kartajaya, H. (2021) Marketing 5.0 - Tecnologia para a Humanidade, Actual Editora: Lisboa.

4.2.17. Observações (PT):

A referência - Pratas, J., & Brito, P. (2019). Distribuição, gestão de pontos de venda e de retalho: gestão eficiente do negócio. Coimbra: Conjuntura Actual Editora - não existe no acervo bibliográfico do IPVC, não obstante já foi dada indicação para a sua aquisição.

4.2.17. Observações (EN):

The reference - Pratas, J., & Brito, P. (2019). Distribuição, gestão de pontos de venda e de retalho: gestão eficiente do negócio. Coimbra: Conjuntura Actual Editora - does not exist in the IPVC bibliographic collection, although an indication has already been given for its acquisition.

Mapa III - Economia

4.2.1. Designação da unidade curricular (PT):
Economia

4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):
Economy

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (PT):
ECO

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (EN):
ECO

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (PT):
Semestral 1ºS

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (EN):
Semiannual 1st S

4.2.4. Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):
162.0

4.2.5. Horas de contacto:
Presencial (P) - TP-45.0

4.2.6. % Horas de contacto a distância:
0.00%

4.2.7. Créditos ECTS:
6.0

4.2.8. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular:
• Elvira Pacheco Vieira - 45.0h

4.2.9. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:
[sem resposta]

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (PT):

- 1. Sensibilizar para os conceitos básicos da micro e macroeconomia;*
 - 2. Descrever o funcionamento dos mercados, os ajustamentos entre oferta e procura e o equilíbrio do mercado.*
 - 3. Explorar as dinâmicas e estratégias empresariais em função da estrutura de mercado.*
 - 4. Analisar e calcular os grandes agregados macroeconómicos e identificar os principais instrumentos de política fiscal, monetária e orçamental.*
- Com este corpo de conhecimentos, os estudantes deverão ser capazes de:*
- 1. Compreender e interpretar fenómenos sociais sob o ponto de vista económico.*
 - 2. Entender o funcionamento dos mercados e a interação das suas forças.*
 - 3. Compreender o comportamento dos consumidores e empresas perante a evolução do mercado e reações a estímulos diversos.*
 - 4. Pesquisar, tratar e analisar dados estatísticos, construindo representações teóricas exemplificativas da realidade social.*
 - 5. Analisar a evolução dos ciclos económicos e desenvolver pensamento económico analítico.*

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (EN):

1. To raise awareness of the basic concepts of micro and macroeconomics.
 2. Describe how markets work, the adjustments between supply and demand and the market equilibrium situation.
 3. Explore business dynamics and strategies according to the type of market structure.
 4. Analyse and calculate the major macroeconomic aggregates and identify the main fiscal, monetary and budgetary policy instruments.
- On acquiring this body of knowledge, students should be able to:
1. Understand and interpret social phenomena from an economic point of view.
 2. Understand how markets work and how their forces interact.
 3. Understand the behaviour of consumers and companies in the face of market developments and their reactions to various stimuli.
 4. Research, process and analyse statistical data, building theoretical representations that exemplify social reality.
 5. Analyse the evolution of economic cycles and develop analytical economic thinking.

4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):

1. INTRODUÇÃO À ECONOMIA
 - 1.1 Conceitos básicos.
 - 1.2 Os problemas económicos fundamentais da sociedade.
2. MERCADOS
 - 2.1 A procura e a oferta.
 - 2.2 Equilíbrio de mercado.
 - 2.3 Elasticidade da procura e oferta.
 - 2.4 A eficiência económica: o excedente do consumidor e produtor.
 - 2.5 O papel do Estado no mercado.
3. TEORIA DO CONSUMIDOR
 - 3.1 Restrição orçamental.
 - 3.2 As preferências e escolhas do consumidor.
 - 3.3 O efeito rendimento e efeito substituição.
4. TEORIA DA EMPRESA
 - 4.1 Função de Produção e Fatores Produtivos.
 - 4.2 Rendimentos e Custos de produção.
 - 4.3 Estruturas de Mercados e Comportamento Estratégico.
5. MACROECONOMIA: VISÃO GLOBAL DA ECONOMIA
 - 5.1 Conceitos Fundamentais.
 - 5.2 Principais problemáticas macroeconómicas.
6. A MEDIÇÃO DA ATIVIDADE ECONÓMICA
 - 6.1 O Produto e Rendimento nacional.
 - 6.2 O Desemprego.
 - 6.3 A Inflação.
7. AS FLUTUAÇÕES E EQUILÍBRIO MACROECONÓMICO
 - 7.1 A Procura e Oferta Agregada.
 - 7.2 As Políticas Monetária, Orçamental e Estrutural.

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):

1. INTRODUCTION TO ECONOMICS

1.1 Basic concepts.

1.2 Society's fundamental economic problems.

2. MARKETS

2.1 Demand and supply.

2.2 Market equilibrium.

2.3 Elasticity of demand and supply.

2.4 Economic efficiency: consumer and producer surplus.

2.5 The role of the State in the market.

3. CONSUMER THEORY

3.1 Budgetary constraints.

3.2 Consumer preferences and choices.

3.3 The income effect and the substitution effect.

4. BUSINESS THEORY

4.1 Production Function and Productive Factors.

4.2 Income and production costs.

4.3 Market Structures and Strategic Behaviour.

5. MACROECONOMICS: OVERVIEW OF THE ECONOMY

5.1 Fundamental concepts.

5.2 Main macroeconomic issues.

6. MEASURING ECONOMIC ACTIVITY

6.1 National product and income.

6.2 Unemployment.

6.3 Inflation.

7. FLUCTUATIONS AND MACROECONOMIC EQUILIBRIUM

7.1 Aggregate Demand and Supply.

7.2 Monetary, budgetary and structural policies.

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

O 1º objetivo "Sensibilizar os alunos para os conceitos básicos da micro e macroeconomia" é abordado no capítulo 1 do programa, onde são identificados os problemas económicos fundamentais da sociedade.

O 2º objetivo "Descrever como funcionam os mercados" é desenvolvido no 2º capítulo, que caracteriza as forças de mercado, procura e oferta, e o papel do Estado.

O 3º objetivo "Compreender as dinâmicas e estratégias empresariais" é atingido nos 3º e 4º capítulos do programa que, por um lado, explica o comportamento do consumidor em função da sua restrição orçamental e, por outro lado, caracteriza o funcionamento e decisões estratégicas das empresas.

O 4º objetivo "Compreender os grandes agregados macroeconómicos" é desenvolvido nos capítulos 6 e 7; no 6º capítulo é explicada a forma de medição da atividade económica, enquanto no 7º capítulo é analisada a situação de equilíbrio macroeconómico e explicadas as políticas monetária, fiscal e orçamental.

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

1st objective "To increase students' awareness of the basic concepts of micro- and macroeconomics" is covered in chapter 1 of the programme, where society's fundamental economic problems are identified.

2nd objective "Describe how markets work" is developed in the 2nd chapter, which characterises market forces, demand and supply, and the role of the state.

3rd objective "Understand business dynamics and strategies" is achieved in the 3rd and 4th chapters of the syllabus which, on the one hand, explain consumer behaviour in terms of their budget constraints and, on the other hand, characterise the functioning and strategic decisions of companies.

4th objective "Understanding the major macroeconomic aggregates" is developed in chapters 6 and 7; the 6th chapter explains how economic activity is measured, while the 7th chapter analyses the situation of macroeconomic equilibrium and explains monetary, fiscal and budgetary policies.

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (PT):

Os conteúdos desta Unidade Curricular serão expostos e explorados através de aprendizagens ativas, autênticas e experienciais. Especificamente, ao nível da aprendizagem ativa, serão resolvidos exercícios de aplicação, onde os estudantes assumem um papel dinâmico na construção do conhecimento, sendo o Professor um facilitador da aprendizagem. Ao nível da aprendizagem autêntica, será adotado o método de caso, permitindo combinar a exposição teórica com a discussão de casos práticos reais, podendo assim os estudantes aplicar os conhecimentos e adquirir competências como a resolução de problemas, criatividade e pensamento crítico. Ao nível da aprendizagem experiencial, envolverá a metodologia da Aprendizagem Baseada em Problemas, através da qual os estudantes são colocados perante problemas reais, e devem criar caminhos de ação e soluções, pesquisando e testando várias opções, e onde o Professor proporciona momentos de reflexão, análise crítica e síntese. Finalmente, será utilizada a Gamificação, onde serão incorporadas características de jogo no processo de aprendizagem, de forma a motivar e captar os estudantes para a aprendizagem, utilizando-se, para o efeito, ferramentas como o Kahoot.

Utilizar-se-ão meios de suporte informático para apresentação dos conteúdos programáticos, realização de análises de tabelas de dados estatísticos, construção de representações gráficas exemplificativas e visualização de ficheiros multimédia.

De uma forma geral, visar-se-á o contacto com problemas e contextos reais, sendo o estudante ativo na criação de conhecimento e desenvolvimento de competências.

Esta metodologia favorece uma aprendizagem significativa, o questionamento crítico e a resolução de problemas, bem como, o desenvolvimento de um conjunto de competências pessoais, interpessoais e técnicas capazes de criar as bases para um processo de aprendizagem ao longo da vida.

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (EN):

The contents of this course will be explained and explored through active, authentic and experiential learning. Specifically, in terms of active learning, application exercises will be solved, where students take on a dynamic role in the construction of knowledge, with the teacher facilitating learning. In terms of authentic learning, the case method will be adopted, allowing theoretical exposition to be combined with the discussion of real practical cases, so that students can apply their knowledge and acquire skills such as problem-solving, creativity and critical thinking. In terms of experiential learning, it will involve the Problem-Based Learning methodology, through which students are faced with real problems and must create courses of action and solutions, researching and testing various options, and where the teacher provides moments of reflection, critical analysis and synthesis. Finally, Gamification will be used, where game-like characteristics will be incorporated into the learning process in order to motivate and engage students in learning, using tools such as Kahoot.

IT resources will be used to present the syllabus, analyze tables of statistical data, construct exemplary graphical representations and visualize multimedia files.

In general, the aim will be to get in touch with real problems and contexts, with the student being active in creating knowledge and developing skills.

This methodology encourages meaningful learning, critical questioning and problem-solving, as well as the development of a set of personal, interpersonal and technical skills capable of laying the foundations for a lifelong learning process.

4.2.14. Avaliação (PT):

A Unidade Curricular proporciona duas modalidades de avaliação – avaliação contínua e avaliação final.

Relativamente à Avaliação Contínua a nota final dos estudantes resultará da média ponderada das classificações obtidas em duas provas escritas individuais e um trabalho individual com apresentação escrita, que serão realizados ao longo do semestre. A ponderação destes momentos de avaliação para a obtenção da nota final é a seguinte:

- 40% para a 1ª prova escrita individual que ocorrerá previsivelmente no final da exposição dos conteúdos do 3º capítulo do programa;
- 20% para a realização de relatório individual relacionado com a apresentação do Workshop sobre o comportamento estratégico das empresas, que incide sobre os conteúdos do 4º capítulo; e
- 40% para a 2ª prova escrita individual que se realizará no final do 7º capítulo.

Para poderem ser avaliados em avaliação contínua, os estudantes terão que ter uma frequência obrigatória de, pelo menos, 75% das aulas previstas para a unidade curricular (salvo exceções previstas na lei e regulamentos do IPVC), não sendo necessário que comuniquem previamente ao docente, a opção por esta forma de avaliação.

Em cada uma das provas escritas de avaliação os estudantes terão que ter uma nota mínima de 8,0 valores, caso contrário realizam a avaliação por exame final. A partir do momento que se submetem à avaliação na 3ª prova escrita, os estudantes não poderão ser admitidos a exame final na época normal, apenas na época de recurso. Os estudantes que reprovarem tanto na avaliação contínua como no exame da época normal ou abdicarem da realização destas formas de avaliação, poderão ser admitidos a exame final na época de recurso.

Relativamente à avaliação por exame final: a classificação obtida no Exame Final terá uma ponderação de 100% na nota final da UC.

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.14. Avaliação (EN):

The course provides two types of assessment - continuous assessment and final assessment.

Regarding Continuous Assessment the students' final grade will result from the weighted average of the marks obtained in two individual written tests and an individual assignment with a written presentation, which will be carried out throughout the semester. The weighting of these assessment moments for the final grade is as follows:

- 40% for the 1st individual written test, which will probably take place at the end of the presentation of the contents of the 3rd chapter of the programme;

- 20% for the individual report related to the presentation of the Workshop on the strategic behaviour of companies, which focuses on the contents of the 4th chapter; and

- 40% for the 2nd individual written test at the end of the 7th chapter.

In order to be assessed by continuous assessment, students must attend at least 75 per cent of the classes scheduled for the course unit (except for exceptions provided for in the law and IPVC regulations), and it is not necessary for them to inform the teacher in advance of their choice of this form of assessment.

In each of the written assessment tests, students must have a minimum mark of 8.0, otherwise they will be assessed by final exam. Once they have been assessed in the 3rd written test, students cannot be admitted to the final exam in the normal period, only in the appeal period. Students who fail both the continuous assessment and the exam during the normal assessment period, or who waive the option of taking these forms of assessment, may be admitted to the final exam during the appeal period.

Regarding assessment by final exam: the mark obtained in the Final Exam will have a weighting of 100 per cent in the final grade for the course.

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

A coerência entre as metodologias de ensino, avaliação e os objetivos de aprendizagem da UC é evidente, refletindo uma abordagem pedagógica integrada. Os objetivos, que visam desenvolver uma compreensão abrangente de conceitos económicos, estruturas de mercado e habilidades analíticas, alinham-se diretamente com as práticas de ensino implementadas.

As metodologias ativas, como resolução de exercícios práticos, método de caso e Aprendizagem Baseada em Problemas, são utilizadas para proporcionar aos estudantes uma participação dinâmica na construção do conhecimento. Estas práticas fomentam não apenas a compreensão teórica, mas também a aplicação prática dos conceitos em contextos do mundo real. O envolvimento ativo dos estudantes na resolução de problemas e na discussão de casos práticos reforça diretamente a capacidade de compreender e interpretar fenómenos sociais sob uma perspetiva económica, um dos objetivos fundamentais.

A Gamificação, com a incorporação de características de jogo no processo de aprendizagem, adiciona um elemento motivacional. Isto não apenas cativa os estudantes para a aprendizagem, mas também estimula o desenvolvimento de um pensamento económico analítico, alinhando-se com o objetivo de analisar a evolução dos ciclos económicos e desenvolver uma compreensão crítica da atualidade económica.

A avaliação contínua, ao incorporar o trabalho com apresentação escrita, permite atingir o objetivo de pesquisa, análise de dados e construção de representações teóricas.

Em suma, a metodologia de ensino implementada, focada na aprendizagem ativa, autêntica e experiencial, está alinhada com os objetivos da UC. A abordagem integrada de avaliação assegura que os estudantes além de criarem conhecimento teórico, desenvolvem também competências e aptidões, garantindo assim uma aprendizagem significativa, crítica e duradoura.

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

The coherence between the teaching methodologies, assessment and learning objectives of the course is evident, reflecting an integrated pedagogical approach. The objectives, which aim to develop a comprehensive understanding of economic concepts, market structures and analytical skills, align directly with the teaching practices implemented.

Active methodologies, such as the resolution of practical exercises, the case method and Problem-Based Learning, are used to provide students with a dynamic participation in the construction of knowledge. These practices foster not only theoretical understanding, but also the practical application of concepts in real-world contexts. The active involvement of students in solving problems and discussing practical cases directly strengthens their ability to understand and interpret social phenomena from an economic perspective, one of the fundamental objectives.

Gamification, with the incorporation of game-like features into the learning process, adds a motivational element. This not only engages students in learning, but also stimulates the development of analytical economic thinking, in line with the objective of analyzing the evolution of economic cycles and developing a critical understanding of current economic events.

Continuous assessment, by incorporating work with a written presentation, allows the objective of research, data analysis and the construction of theoretical representations to be achieved.

In short, the teaching methodology implemented, focused on active, authentic and experiential learning, is aligned with the objectives of the course. The integrated assessment approach ensures that students not only create theoretical knowledge, but also develop competences and skills, thus guaranteeing meaningful, critical and lasting learning.

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE
em Funcionamento**4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (PT):**

FERNANDES, A., PEREIRA, E., BENTO, J. P., MADALENO, M. & ROBAINA, M. (2023) *Introdução à Economia (4ª Edição)*, Edições Sílabo, Lisboa. ISBN: 9789895613212

PINHO, M. (2022) *Microeconomia – teoria e prática simplificada (5ª Edição)*, Edições Sílabo, Lisboa. ISBN: 9789895612574

PINHO, M. (2023) *Macroeconomia – teoria e prática simplificada (4ª Edição)*, Edições Sílabo, Lisboa. ISBN: 9789895612925

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (EN):

FERNANDES, A., PEREIRA, E., BENTO, J. P., MADALENO, M. & ROBAINA, M. (2023) *Introdução à Economia (4ª Edição)*, Edições Sílabo, Lisboa. ISBN: 9789895613212

PINHO, M. (2022) *Microeconomia – teoria e prática simplificada (5ª Edição)*, Edições Sílabo, Lisboa. ISBN: 9789895612574

PINHO, M. (2023) *Macroeconomia – teoria e prática simplificada (4ª Edição)*, Edições Sílabo, Lisboa. ISBN: 9789895612925

4.2.17. Observações (PT):

[sem resposta]

4.2.17. Observações (EN):

[sem resposta]

Mapa III - Estratégia e Competitividade**4.2.1. Designação da unidade curricular (PT):**

Estratégia e Competitividade

4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):

Strategy and Competitiveness

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (PT):

CEM

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (EN):

BS

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (PT):

Semestral 1ºS

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (EN):

Semiannual 1st S

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

81.0

4.2.5. Horas de contacto:

Presencial (P) - TP-45.0

4.2.6. % Horas de contacto a distância:

0.00%

4.2.7. Créditos ECTS:

3.0

4.2.8. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular:

• Álvaro Miguel da Costa Cairão - 45.0h

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

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

[sem resposta]

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (PT):

1. Descrever os conceitos básicos inerentes à estratégia
2. Descrever e analisar os fatores e envoltências que condicionam a estratégia e a competitividade
3. Aplicar os conhecimentos na resolução de casos práticos
4. Incentivar o espírito crítico e reflexivo sobre a estratégia empresarial num mundo caracterizado pela turbulência e imprevisibilidade dos mercados
5. Desenvolver competências transversais que facilitem o estabelecimento da relação educativa e a promoção da aprendizagem e do desenvolvimento dos alunos em contexto profissional

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (EN):

1. Describe the basic concepts inherent to strategy
2. Describe and analyze the factors and environments that condition strategy and competitiveness
3. Apply knowledge to solve practical cases
4. Encourage a critical and reflective spirit about business strategy in a world characterized by market turbulence and unpredictability
5. Develop transversal skills that facilitate the establishment of an educational relationship and the promotion of student learning and development in a professional context

4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):

1. Análise estratégica: Pensamento Estratégico; Pensamento e Planeamento Estratégico; Evolução do Pensamento Estratégico
- 1.2 Análise do Meio Envoltente
 - 1.2.1 Meio Envoltente Contextual
 - 1.2.2 Meio Envoltente Transaccional
- 1.3 Atractividade e Estrutura da Indústria
- 1.4 Fatores Críticos de Sucesso
- 1.5 Análise da Empresa (Recursos e Competências Centrais)
 - 1.5.1 Análise SWOT
 - 1.5.2 Cadeia de Valor
2. Formulação estratégica
 - 2.1 Missão, Visão, Valores e Objetivos
 - 2.2 Produtos-Mercados (Natureza e Estratégia de Produtos-Mercados)
 - 2.3 Vantagem Competitiva
 - 2.4 Diferenciação dos Produtos
 - 2.5 Estratégias de: Foco, Diferenciação, Preço, Diversificação, Integração Vertical, Integração Horizontal, Internacionalização
 - 2.6 Desenvolvimento Empresarial (Estudo de Casos)

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):

1. Strategic analysis: Strategic Thinking; Strategic Thinking and Planning; Evolution of Strategic Thinking
- 1.2 Analysis of the Surrounding Environment
 - 1.2.1 Contextual Surrounding Environment
 - 1.2.2 Transactional Surrounding Environment
- 1.3 Industry Attractiveness and Structure
- 1.4 Critical Success Factors
- 1.5 Company Analysis (Resources and Core Competencies)
 - 1.5.1 SWOT Analysis
 - 1.5.2 Value Chain
2. Strategic formulation
 - 2.1 Mission, Vision, Values and Objectives
 - 2.2 Product-Markets (Nature and Strategy of Product-Markets)
 - 2.3 Competitive Advantage
 - 2.4 Product Differentiation
 - 2.5 Strategies of: Focus, Differentiation, Price, Diversification, Vertical Integration, Horizontal Integration, Internationalization
 - 2.6 Business Development (Case Study)

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

Os conteúdos lecionados dotarão os estudantes dos conceitos fundamentais para compreender a necessidade e pertinência da estratégia e competitividade no processo global de uma empresa ou organização de outra natureza. Nesse sentido, relacionamos de forma coerente os seguintes conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem:

Conteúdo Programático (CP) 1 com os Objetivos (O) 1, 4,5:

CP 2 com O 1, 2, 3, 4, 5.

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

The content taught will provide students with fundamental concepts to understand the need and relevance of strategy and competitiveness in the global process of a company or organization of another nature. In this sense, we coherently relate the following syllabus to the learning objectives:

Program Content (CP) 1 with Objectives (O) 1, 4.5:

CP 2 with O 1, 2, 3, 4, 5.

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (PT):

Metodologia expositiva sobre os diferentes pontos do programa, articulada com metodologia heurística com práticas interrogativas, que apelam à participação dos alunos. Análise e discussão de casos com base na metodologia Flipped Classroom e Challenge Based Learning.

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (EN):

Expository methodology on the different points of the program, articulated with a heuristic methodology with interrogative practices, which call for student participation. Analysis and discussion of cases based on the Flipped Classroom and Challenge Based Learning methodology.

4.2.14. Avaliação (PT):

Os alunos poderão ser avaliados em dois momentos alternativos: avaliação contínua e avaliação por exame.

1. Avaliação Contínua

60% Teste escrito

40% Trabalho de Grupo.

2. Avaliação Não Contínua (Épocas Normal, Recurso ou Especial)

100% exame

Observações:

A aprovação à unidade curricular está condicionada às seguintes situações:

1- Obtenção de uma nota mínima de 7,5 valores em cada componente de avaliação.

2- Obtenção de uma média ponderada de todos os fatores de avaliação igual ou superior a 9,5 valores.

Eventuais situações de avaliação não previstas regem-se pelo Regulamento de Frequência e Avaliação do Aproveitamento dos estudantes adotado pela ESCE.

4.2.14. Avaliação (EN):

Students may be assessed at two alternative times: continuous assessment and assessment by exam.

1. Continuous Assessment

60% Written test

40% Group Work.

2. Non-Continuous Assessment (Normal, Appeal or Special Seasons)

100% exam

Comments:

Approval of the curricular unit is subject to the following situations:

1- Obtaining a minimum grade of 7.5 in each assessment component.

2- Obtaining a weighted average of all evaluation factors equal to or greater than 9.5 values.

Any unforeseen assessment situations are governed by the Attendance and Assessment of Student Achievement Regulations adopted by ESCE.

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

O perfil de formação dos futuros licenciados por este ciclo de estudos conduzirá a profissionais qualificados, detentores de conhecimentos, capacidades e competências na sua área de formação. Para isso, e com vista à operacionalização dos objetivos da unidade curricular em referência, as metodologias de ensino adotadas: aulas expositivas, articulando-se a exposição teórica dos temas com práticas interrogativas; desafios relacionados com a metodologia Flipped Classroom e Challenge Based Learning possibilitam o desenvolvimento de competências técnicas que permitam os alunos tomar decisões do ponto de vista da comunicação integrada de marketing.

As metodologias indicadas no presente documento permitem aos alunos: Identificar a relação entre comunicação integrada de marketing e o marketing mix, bem como compreender a importância da estratégia de marketing para as empresas. Permitem ainda aferir o desenvolvimento do aluno no que tange às competências transversais adquiridas. Por outro lado, o acompanhamento tutorial possibilita ao docente a monitorização dos percursos formativos dos seus alunos em prol do sucesso pessoal e profissional destes.

Em resumo, a coerência entre os objetivos de aprendizagem, os conteúdos programáticos e as metodologias de avaliação é evidente, promovendo uma abordagem abrangente, prática e alinhada com as exigências do mundo real.

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

The training profile of future graduates from this study cycle will lead to qualified professionals, possessing knowledge, skills and competencies in their area of training. To this end, and with a view to operationalizing the objectives of the curricular unit in question, the teaching methodologies adopted: expository classes, articulating the theoretical exposition of themes with interrogative practices; Challenges related to the Flipped Classroom and Challenge Based Learning methodology enable the development of technical skills that allow students to make decisions from the point of view of integrated marketing communication.

The methodologies indicated in this document allow students to: Identify the relationship between integrated marketing communication and the marketing mix, as well as understand the importance of marketing strategy for companies. They also allow the student's development to be assessed in terms of transversal skills acquired. On the other hand, tutorial monitoring allows teachers to monitor their students' training paths in favor of their personal and professional success.

In summary, the coherence between the learning objectives, the syllabus and the assessment methodologies is evident, promoting a comprehensive, practical approach aligned with real-world requirements.

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (PT):

Cardeal, Nuno (2014). *Pensamento Estratégico*, Lisboa, Universidade Católica
David, F. ; David, F. e David, M. (2019). *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts and Cases*, 17th edition. Pearson: London
Freire, A. (2008), *Estratégia: Sucesso em Portugal*, Lisboa; Editorial Verbo.
Lima, R. e Melo, L. (2015). *Estratégia competitiva e internacionalização*. Porto: Vida Económica
Porter, M. (1998), *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*, New York: the Free Press
Tzu, Sun (2000). *A Arte da Guerra*. Mem Martins, Europa-América
Vários autores, Traduzido por Silva, J. (2000). *Strategor: política global da empresa - estratégia, estrutura, decisão e identidade*. Lisboa: Dom Quixote.

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (EN):

Cardeal, Nuno (2014). *Pensamento Estratégico*, Lisboa, Universidade Católica
David, F. ; David, F. e David, M. (2019). *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts and Cases*, 17th edition. Pearson: London
Freire, A. (2008), *Estratégia: Sucesso em Portugal*, Lisboa; Editorial Verbo.
Lima, R. e Melo, L. (2015). *Estratégia competitiva e internacionalização*. Porto: Vida Económica
Porter, M. (1998), *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*, New York: the Free Press
Tzu, Sun (2000). *A Arte da Guerra*. Mem Martins, Europa-América
Vários autores, Traduzido por Silva, J. (2000). *Strategor: política global da empresa - estratégia, estrutura, decisão e identidade*. Lisboa: Dom Quixote.

4.2.17. Observações (PT):

[sem resposta]

4.2.17. Observações (EN):

[sem resposta]

Mapa III - Ética e Responsabilidade Social

- 4.2.1. Designação da unidade curricular (PT):**
Ética e Responsabilidade Social
- 4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):**
Ethics and Social Responsibility
- 4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (PT):**
CSC
- 4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (EN):**
SBS
- 4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (PT):**
Semestral 2ºS
- 4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (EN):**
Semiannual 2nd S
- 4.2.4. Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):**
81.0
- 4.2.5. Horas de contacto:**
Presencial (P) - TP-45.0
- 4.2.6. % Horas de contacto a distância:**
0.00%
- 4.2.7. Créditos ECTS:**
3.0
- 4.2.8. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular:**
• Maria Luísa Parente Pinheiro de Almeida - 45.0h
- 4.2.9. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:**
[sem resposta]
- 4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (PT):**
*Os objetivos de aprendizagem desta unidade curricular visam sensibilizar os alunos para a importância das questões éticas e socialmente responsáveis nas sociedades contemporâneas.
Para tal, espera-se que os alunos adquiram competências que lhes permitam:*
- 1. Refletir sobre a importância das questões éticas e morais nas sociedades contemporâneas.*
 - 2. Sensibilizar os alunos para as disposições éticas e deontológicas enformadoras do exercício profissional, por um lado; do exercício da cidadania, por outro.*
 - 3. Adquirir quadros de pensamento sobre a ação humana socialmente responsável no âmbito da vida social, económica e organizacional.*
 - 4. Avaliar o papel dos códigos de ética e de conduta na promoção dos comportamentos éticos em contexto organizacional.*
 - 5. Desenvolver o pensamento crítico e analítico no que respeita às questões éticas e socialmente responsáveis seja em contexto social, seja organizacional.*

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (EN):

The learning outcomes of this course aim to sensitize students to the importance of ethical and socially responsible issues in contemporary societies.

To this end, students are expected to acquire competences that will enable them to:

- 1. Reflect on the importance of ethical and moral issues in contemporary societies.*
- 2. Sensitize students to the ethical and deontological provisions that shape professional practice, on the one hand, and the exercise of citizenship, on the other.*
- 3. Acquire frameworks for thinking about socially responsible human action in the context of social, economic and organizational life.*
- 4. Assess the role of codes of ethics and conduct in promoting ethical behavior in an organizational context.*
- 5. Develop critical and analytical thinking with regard to ethical and socially responsible issues in both social and organizational contexts.*

4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):

1. ÉTICA E RESPONSABILIDADE: Noções gerais; Ética, moral e deontologia; Princípios éticos e valores profissionais; Teorias normativas e teorias prescritivas contemporâneas; Debates atuais sobre a ética.

2. A EMPRESA COMO ORGANIZAÇÃO ETICAMENTE RESPONSÁVEL: A ética na gestão: um campo controverso; Diferentes concepções da empresa eticamente responsável; Códigos de ética e de conduta das empresas; Ética e cidadania empresarial; Casos práticos: discussão e análise.

3. A RESPONSABILIDADE SOCIAL DAS EMPRESAS: Noções gerais; Teorias e abordagens; Normas e certificações de responsabilidade social; A responsabilidade social das empresas no quadro europeu; Desafios, pressões e respostas; Casos práticos: discussão e análise.

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):

1. ETHICS AND RESPONSIBILITY: General notions; Ethics, morals and deontology; Ethical principles and professional values; Contemporary normative and prescriptive theories; Current debates on ethics.

2. THE COMPANY AS AN ETHICALLY RESPONSIBLE ORGANISATION: Ethics in management: a controversial field; Different conceptions of the ethically responsible company; Corporate codes of ethics and conduct; Ethics and corporate citizenship; Case studies: discussion and analysis.

3. CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY: General notions; Theories and approaches; Social responsibility standards and certifications; Corporate social responsibility within the European framework; Challenges, pressures and responses; Case studies: discussion and analysis.

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

Os conteúdos programáticos da unidade curricular visam complementar a formação dos alunos, introduzindo conceitos e princípios básicos relacionados com a ética e a responsabilidade social. Pretende-se, assim, que os alunos desenvolvam capacidades de reflexão, de argumentação e de pensamento crítico relativamente a situações quotidianas e tomadas de decisão que evoquem questões éticas e socialmente responsáveis seja em contexto social, seja organizacional. Deste modo, os conteúdos programáticos inseridos no ponto 1 permitem atingir os objetivos 1, 2 e 5; os conteúdos inseridos no ponto 2 permitem atingir os objetivos 3, 4 e 5; os conteúdos inseridos no ponto 3 permitem atingir os objetivos 3 e 5

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

The syllabus for the course aims to complement students' training by introducing basic concepts and principles related to ethics and social responsibility. The aim is for students to develop the skills of reflection, argumentation and critical thinking in relation to everyday situations and decision-making that raise ethical and socially responsible issues, whether in a social or organizational context. In this way, the syllabus contents in point 1 enable objectives 1, 2 and 5 to be achieved; the contents in point 2 enable objectives 3, 4 and 5 to be achieved; the contents in point 3 enable objectives 3 and 5 to be achieved.

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (PT):

Sessões de natureza teórico-prática, articulando-se a exposição teórica dos temas com práticas interrogativas; resolução de estudos de caso e discussão alargada dos mesmos. Serão também utilizadas metodologias que evocam a aprendizagem baseada em desafios. Metodologias que apelam à participação ativa e colaborativa dos alunos e lhes possibilita o desenvolvimento de competências de análise crítica/ sistémica bem como de problematização e resolução de situações concretas. Acompanhamento tutorial dos discentes. Esta combinação de metodologias de aprendizagem alinha-se harmoniosamente com os objetivos e princípios do modelo pedagógico adotado.

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (EN):

Sessions of a theoretical-practical nature, combining theoretical exposition of the themes with practical questioning; resolution of case studies and extensive discussion of them. Methodologies that evoke challenge-based learning will also be used. Methodologies that appeal to the active and collaborative participation of students and enable them to develop critical/systemic analysis skills as well as problem-solving and resolution of concrete situations. Tutorial support for students. This combination of learning methodologies is harmoniously aligned with the objectives and principles of the pedagogical model adopted.

4.2.14. Avaliação (PT):

Os alunos poderão optar por duas modalidades de avaliação:

- a) Avaliação ao longo do semestre – uma prova escrita individual e, cumulativamente, um ou mais de entre os seguintes elementos de avaliação: prova escrita individual; trabalhos individuais ou coletivos, com apresentação escrita e/ou oral; projeto individual ou coletivo; outros elementos de avaliação.
- b) Exame final – uma prova escrita individual.

4.2.14. Avaliação (EN):

Students can choose between two types of assessment:

- a) Assessment throughout the semester - an individual written test and, cumulatively, one or more of the following assessment elements: individual written test; individual or collective work, with written and/or oral presentation; individual or collective project; other assessment elements.
- b) Final exam - an individual written test.

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

O perfil de formação dos futuros licenciados visado por este ciclo de estudos conduzirá a profissionais qualificados, detentores de conhecimentos, capacidades e competências na sua área de formação. Para isso, e com vista à operacionalização dos objetivos da unidade curricular em referência, as metodologias de ensino adotadas: sessões de natureza teórico-prática, articulando-se a exposição teórica dos temas com práticas interrogativas; resolução de estudos de caso; desafios e discussões grupais, possibilitam o desenvolvimento de competências de análise crítica/ sistémica bem como de problematização e resolução de situações concretas, numa base de participação ativa e colaborativa. Metodologias que permitem aos alunos: refletir sobre a importância das questões éticas e morais nas sociedades contemporâneas (objetivos 1 e 5); sensibilizar os alunos para as disposições éticas e deontológicas enformadoras do exercício profissional, por um lado; do exercício da cidadania, por outro (objetivos 2 e 5); adquirir quadros de pensamento sobre a ação humana socialmente responsável no âmbito da vida social, económica e organizacional (objetivos 3 e 5); avaliar o papel dos códigos de ética e de conduta na promoção dos comportamentos éticos em contexto organizacional (objetivos 4 e 5). Por outro lado, o acompanhamento tutorial possibilita ao doente a monitorização dos percursos formativos, dos seus alunos em prol do sucesso pessoal e profissional destes.

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE
em Funcionamento**4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):**

The training profile of future graduates aimed at by this cycle of studies will lead to qualified professionals with knowledge, skills and competences in their area of training. To this end, and with a view to operationalizing the objectives of the curricular unit in question, the teaching methodologies adopted: sessions of a theoretical-practical nature, combining theoretical exposition of the topics with questioning practices; resolution of case studies; challenges and group discussions, enable the development of critical/systemic analysis skills as well as problem-solving and resolution of concrete situations, based on active and collaborative participation. Methodologies that enable students to: reflect on the importance of ethical and moral issues in contemporary societies (objectives 1 and 5); make students aware of the ethical and deontological provisions that shape professional practice on the one hand and the exercise of citizenship on the other (objectives 2 and 5); acquire frameworks for thinking about socially responsible human action in the context of social, economic and organizational life (objectives 3 and 5); assess the role of codes of ethics and conduct in promoting ethical behavior in an organizational context (objectives 4 and 5).

On the other hand, tutorial support enables the patient to monitor their students' training paths in favor of their personal and professional success.

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (PT):

ARNSPERGER, C. e PARIJS, Philippe Van (2004). *Ética Económica e Social*. Porto: Afrontamento.

CUNHA, M. P.; REGO, A.; CUNHA, R.; CABRAL-CARDOSO, C. (2014). *Manual de comportamento organizacional e gestão*. Lisboa: RH Editora.

MOORE, G. E. (1999). *Principia ethica*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

REGO, Arménio [et al.] (2007). *Gestão ética e socialmente responsável*. Lisboa: RH Editora.

RODRIGUES, Jorge (2018). *Regulação, Ética e Governance: O Mercado da Informação Financeira*. Lisboa: RH Editora.

SAVATER, Fernando (2000). *Ética para um jovem*. Lisboa: Presença Ed.

SANTOS, M.J. & Seabra, M. (eds.) (2015). *Gestão Socialmente Responsável. Repensar a Empresa. Teorias Contextos e Práticas*. Lisboa: Edições Sílabo.

SANTOS, M.J. & Seabra, M. (Eds.) (2015). *Inovação Social e Desenvolvimento. Reflexões e Estudos de Caso*. Lisboa: RH Editora.

SINGER, Peter (2004). *Um só mundo: a ética da globalização*. Lisboa: Gradiva.

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (EN):

ARNSPERGER, C. e PARIJS, Philippe Van (2004). *Ética Económica e Social*. Porto: Afrontamento.

CUNHA, M. P.; REGO, A.; CUNHA, R.; CABRAL-CARDOSO, C. (2014). *Manual de comportamento organizacional e gestão*. Lisboa: RH Editora.

MOORE, G. E. (1999). *Principia ethica*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

REGO, Arménio [et al.] (2007). *Gestão ética e socialmente responsável*. Lisboa: RH Editora.

RODRIGUES, Jorge (2018). *Regulação, Ética e Governance: O Mercado da Informação Financeira*. Lisboa: RH Editora.

SAVATER, Fernando (2000). *Ética para um jovem*. Lisboa: Presença Ed.

SANTOS, M.J. & Seabra, M. (eds.) (2015). *Gestão Socialmente Responsável. Repensar a Empresa. Teorias Contextos e Práticas*. Lisboa: Edições Sílabo.

SANTOS, M.J. & Seabra, M. (Eds.) (2015). *Inovação Social e Desenvolvimento. Reflexões e Estudos de Caso*. Lisboa: RH Editora.

SINGER, Peter (2004). *Um só mundo: a ética da globalização*. Lisboa: Gradiva.

4.2.17. Observações (PT):

Em observância do Modelo Pedagógico do IPVPC, nomeadamente no que respeita à flexibilização curricular, acautelado o funcionamento da UC Ética e Responsabilidade Social com um número mínimo obrigatório de inscritos, os demais estudantes poderão substituir a referida UC por outra qualquer da oferta da IES, de qualquer área científica, com o mesmo número de ECTS, de acordo com a sua livre escolha. Assim, esta UC aqui criada representa o universo de escolhas possivelmente realizadas pelo estudante para substituir a UC Ética e Responsabilidade Social e cujo número e tipologia de horas de contacto poderão variar. A ordem de inscrição é o único critério a considerar na alocação dos estudantes à UC Ética e Responsabilidade Social versus UC substituta.

4.2.17. Observações (EN):

In compliance with IPVPC's Pedagogical Model, namely with regard to curricular flexibility, once safeguarded the operation of the CU Ethics and Social Responsibility with a mandatory minimum number of enrollees, the remaining students may replace the CU with any other offered by the HEI, from any scientific area, with the same number of ECTS, according to their free choice. Thus, this CU hereby created represents the universe of choices possibly made by the students to replace the CU Ethics and Social Responsibility, and whose number and typology of contact hours may vary. The order of enrolment is the only criterion to be considered in the allocation of students to the CU Ethics and Social Responsibility versus the substitute CU.

Mapa III - Gestão da Marca**4.2.1. Designação da unidade curricular (PT):***Gestão da Marca***4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):***Brand Management***4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (PT):***MeP***4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (EN):***MeA***4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (PT):***Semestral 1ºS***4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (EN):***Semiannual 1st S***4.2.4. Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):***81.0***4.2.5. Horas de contacto:***Presencial (P) - TP-45.0***4.2.6. % Horas de contacto a distância:***0.00%***4.2.7. Créditos ECTS:***3.0***4.2.8. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular:***• Jorge Remondes de Sousa - 45.0h***4.2.9. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:***[sem resposta]***4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (PT):***São objetivos desta unidade curricular:*

- Compreender a importância da gestão estratégica da marca para o negócio;
- Identificar as etapas fundamentais da criação da marca;
- Implementar e avaliar a marca;
- Aplicar estratégias eficazes;
- Gerir a digital brand.

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (EN):*The objectives of this course are:*

- Understand the importance of strategic brand management for the business;
- Identify the fundamental steps of the creation of the brand;
- Implement and evaluate the brand;
- Apply effective strategies;
- Manage the digital brand.

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):

1. Conceitos fundamentais da marca;
2. Criação e gestão da marca;
3. Desenvolvimento da identidade das marcas;
4. Avaliação da marca;
5. Estratégia da marca;
6. Digital branding;
7. Integrated Brand Management;
8. Implementação da marca;
9. Evolução das marcas;
10. Tendências.

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):

1. Fundamental concepts of the brand;
2. Brand creation and management;
3. Development of brand identity;
4. Brand evaluation;
5. Brand strategy;
6. Digital branding;
7. Integrated Brand Management;
8. Implementation of the brand;
9. Evolution of brands;
10. Trends

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

O primeiro ponto dos conteúdos programáticos procura dotar os alunos de conhecimentos que permitam compreender a importância da gestão estratégica da marca para o negócio. O ponto dois do programa visa responder ao segundo objetivo: identificar as etapas fundamentais da criação da marca. Os pontos quatro, sete e oito de uma forma integrada contribuem para desenvolver competências de implementação e avaliação da marca. O ponto cinco dos conteúdos programáticos corresponde ao objetivo de aplicação de estratégias eficazes. Os pontos seis, nove e dez correspondem ao último objetivo que se pretende atingir: gerir a digital brand.

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

The first point of the syllabus aims to provide students with knowledge that allows them to understand the importance of strategic brand management for the business. Point two of the program aims to answer the second objective: to identify the fundamental stages of the creation of the brand. Points four, seven and eight in an integrated manner contribute to develop skills for implementing and evaluating the brand. Point five of the syllabus corresponds to the objective of applying effective strategies. Points six, nine and ten correspond to the last objective to be achieved: to manage the digital brand.

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (PT):

Nesta unidade curricular é dada uma ênfase particular à componente científica e à prática virada para a ação concreta. Recorre-se ao método expositivo, estudo de casos e realização de um trabalho de grupo aplicado que inclui apresentação oral.

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (EN):

In this curricular unit, a particular emphasis is given to the scientific component and to practice focused on concrete action. The expository method, case studies and group applied work including oral presentation are used.

4.2.14. Avaliação (PT):

Avaliação contínua:

- 1 Trabalho aplicado - avaliação em grupo, 50%
- 1 Teste – 50%

Avaliação final:

Exame: 100%

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE
em Funcionamento**4.2.14. Avaliação (EN):***Continuous evaluation:**1 Applied work - group evaluation, 50%**1 Test – 50%**Final evaluation:**Exam: 100%***4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):**

Com a exposição teórica procura-se transmitir um conjunto de conhecimentos que são transpostos para um trabalho a desenvolver. O aluno é confrontado com uma situação onde demonstra competências para a resolução de um ou mais problemas que estão enquadrados nos objetivos a alcançar. Os estudos de caso são facilitadores da aquisição de conhecimentos e competências.

Definir-se-ão os vetores fundamentais da marca, tendo presente um caso concreto, proporcionando-se assim o conjugado do saber-saber e do saber-fazer.

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

The theoretical exposition seeks to transmit a set of knowledge that is transferred to the work to be developed. The student is faced with a situation where he demonstrates skills to solve one or more problems that are framed in the objectives to be achieved. Case studies are facilitators of the acquisition of knowledge and skills.

The fundamental vectors of the brand will be defined, bearing in mind a concrete case, thus providing the combination of know-how and know-how.

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (PT):

Abreu, J. (2018). Empresariato, Casos de Sucesso Empresarial – Branding, Santo Tirso: Editeque.

College, D. & Keller, K. L. (2013). Strategic Brand Management, 4th Edition, Pearson.

Kapferer, J. N. (2013). The New Strategic Brand Management, 5th ed., London: Kogan Page.

Monteiro, D. (2022). Digital Branding - O Valor da Digital Brand Experience (DB/X) na Gestão de Marcas On-Line. in Jorge Remondes (coord.), Marketing Digital & E-Commerce #1, 2ª Edição Revista e Aumentada, Viseu: Psicosoma, pp. 59-90.

Moutinho, L., Teixeira, N. & Zeferino, A. (2022) Marketing Futureland, 1ª Edição, Lisboa: Lidel Editores.

Oliveira, C. M. (2019). Brand Management na era digital e humana. Lisboa: Actual Editora.

Sambado, R. & Loureiro, R. M. (2018). Marcas de Propósito, Lisboa: Casa das Letras.

Tavares, V. (2016). Gestão de Marcas. Lisboa: Escolar Editora.

Wheeler, A. (2013). Designing Brand Identity. New Jersey: John Wiley & Sons.

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE
em Funcionamento**4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (EN):**

Abreu, J. (2018). *Empresariato, Casos de Sucesso Empresarial – Branding*, Santo Tirso: Editeque.

College, D. & Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management*, 4th Edition, Pearson.

Kapferer, J. N. (2013). *The New Strategic Brand Management*, 5th ed., London: Kogan Page.

Monteiro, D. (2022). *Digital Branding - O Valor da Digital Brand Experience (DB/X) na Gestão de Marcas On-Line*. in Jorge Remondes (coord.), *Marketing Digital & E-Commerce #1*, 2ª Edição Revista e Aumentada, Viseu: Psicosoma, pp. 59-90.

Moutinho, L., Teixeira, N. & Zeferino, A. (2022) *Marketing Futureland*, 1ª Edição: Lisboa: Lidel Editores.

Oliveira, C. M. (2019). *Brand Management na era digital e humana*. Lisboa: Actual Editora.

Sambado, R. & Loureiro, R. M. (2018). *Marcas de Propósito*, Lisboa: Casa das Letras.

Tavares, V. (2016). *Gestão de Marcas*. Lisboa: Escolar Editora.

Wheeler, A. (2013). *Designing Brand Identity*. New Jersey: John Wiley & Sons.

4.2.17. Observações (PT):

[sem resposta]

4.2.17. Observações (EN):

[sem resposta]

Mapa III - Gestão de Projetos e Operações**4.2.1. Designação da unidade curricular (PT):**

Gestão de Projetos e Operações

4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):

Project and Operations Management

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (PT):

CEM

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (EN):

BS

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (PT):

Semestral 2ºS

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (EN):

Semiannual 2nd S

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

81.0

4.2.5. Horas de contacto:

Presencial (P) - TP-45.0

4.2.6. % Horas de contacto a distância:

0.00%

4.2.7. Créditos ECTS:

3.0

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.8. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular:

- Lia Coelho de Oliveira - 15.0h

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

- José Carlos Vieira de Sá - 30.0h

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (PT):

1. Analisar o significado da Gestão de Projetos e Operações para os diferentes tipos de organizações;
2. Compreender o posicionamento da função de Gestão de Projetos e Operações dentro da organização, o seu papel estratégico e sua contribuição para a competitividade da organização;
3. Reconhecer as diferenças entre Gestão de Projetos e Operações nas empresas de serviços e nas empresas industriais;
4. Fornecer o enquadramento prático que determina a qualquer pessoa reconhecer o papel da Gestão de Projetos e Operações na sua organização;
5. Potenciar a compreensão aprofundada da Gestão de Projetos e Operações.

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (EN):

1. Analyze the significance of Project and Operations Management for different types of organizations;
2. Understand the positioning of the Project and Operations Management function within the organization, its strategic role and its contribution to the organization's competitiveness;
3. Recognize the differences between Project and Operations Management in service companies and industrial companies;
4. Provide the practical framework that enables anyone to recognize the role of Project and Operations Management in their organization;
5. Enhance in-depth understanding of Project and Operations Management.

4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):

1. Introdução à Gestão de Projetos e Operações: Definição de Gestão de Operações; O sistema de produção; O conceito de Pacote de Valor
2. Papel estratégico das operações e objetivos de desempenho: objetivos de desempenho estratégia e competitividade; A função produção; Objetivos de desempenho
3. Medição da Produtividade: Definição de produtividade; Produtividade Parcial e Total; Formas de aumentar a produtividade; Cálculo do OEE
4. Lean Manufacturing: Introdução; Tipos de desperdício; Ferramentas
5. Planeamento das Necessidades de Materiais (MRP) e MRP2: Requisitos do modelo do stock dependente; Estrutura do MRP e MRP2; Gestão e funcionamento do MRP e MRP
6. Planeamento Agregado: O processo e a Natureza do Planeamento Agregado; Estratégias do Planeamento Agregado; Métodos para a Programação Agregada
7. Planeamento e Gestão de Projetos: Fundamentos e Princípios da Gestão de Projetos; Técnicas de Gestão de Projetos; Método de PERT
8. Acompanhamento do Projeto Integrado

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):

1. Introduction to Project and Operations Management: Definition of Operations Management; The production system; The Value Pack concept
2. Strategic role of operations and performance objectives: strategy and competitiveness performance objectives; The production function; Performance Objectives
3. Productivity Measurement: Definition of productivity; Partial and Total Productivity; Ways to increase productivity; OEE calculation
4. Lean Manufacturing: Introduction; Types of waste; Tools
5. Material Requirements Planning (MRP) and MRP2: Dependent stock model requirements; Structure of MRP and MRP2; Management and operation of MRP and MRP
6. Aggregate Planning: The process and nature of Aggregate Planning; Aggregate Planning Strategies; Methods for Aggregate Programming
7. Project Planning and Management: Fundamentals and Principles of Project Management; Project Management Techniques; PERT method
8. Monitoring the Integrated Project

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

Os conteúdos programáticos foram definidos em função dos objetivos de aprendizagem a alcançar e das competências a desenvolver, nomeadamente:

- As secções 1 e 2 dos conteúdos programáticos pretendem concretizar o objetivo 1;
- As secções 1, 2 e 3 dos conteúdos programáticos pretendem concretizar o objetivo 2;
- A secção 2 dos conteúdos programáticos pretendem concretizar o objetivo 3;
- As secções 3 a 7 dos conteúdos programáticos pretendem concretizar o objetivo 4;
- Todas as secções dos conteúdos programáticos pretendem concretizar o objetivo 5.

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

The syllabus has been defined according to the learning objectives to be achieved and the skills to be developed:

- Sections 1 and 2 of the syllabus aim to achieve objective 1;
- Sections 1, 2 and 3 of the syllabus aim to achieve objective 2;
- Section 2 of the syllabus aims to achieve objective 3;
- Sections 3 to 7 of the syllabus aim to achieve objective 4;
- All sections of the syllabus aim to achieve objective 5.

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (PT):

Os conteúdos programáticos foram definidos em função dos objetivos de aprendizagem a alcançar e das competências a desenvolver, nomeadamente:

- As secções 1 e 2 dos conteúdos programáticos pretendem concretizar o objetivo 1;
- As secções 1, 2 e 3 dos conteúdos programáticos pretendem concretizar o objetivo 2;
- A secção 2 dos conteúdos programáticos pretendem concretizar o objetivo 3;
- As secções 3 a 7 dos conteúdos programáticos pretendem concretizar o objetivo 4;
- Todas as secções dos conteúdos programáticos pretendem concretizar o objetivo 5.

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (EN):

Classes are theoretical-practical in nature, using the expository method to introduce theoretical concepts and the interrogative method to reflect on the content, fostering transversal skills in students such as critical thinking and communication. The more practical component of the content will involve the use of active methods using practical work (work in progress) and tutorial support for students, while also encouraging iterative analysis. Participation in classes and the presentation and defense of individual work will enable the development of oral and written communication skills.

4.2.14. Avaliação (PT):

Regime de avaliação contínua: - Projeto PI (30%) - 1ª Frequência (25%) - 2ª Frequência (30%) - Trabalho de Grupo (15%) Nota final = Projeto PI (30%) + Frequências (55%) + Trabalho de Grupo (15%) Nota: O aluno para se manter em avaliação contínua precisa de obrigatoriamente realizar todos os momentos de avaliação propostos e assistir a pelo menos 75% das aulas previstas. O estudante que comparecer a todas as atividades do PI (salvo faltas devidamente justificadas por motivo atendível de acordo com o n.º 1 do art.º 5.º do Regulamento de Frequência e Avaliação do Aproveitamento dos Estudantes), terá uma bonificação de 2 valores na respetiva componente de avaliação. Estas atividades consistem em sessões de apresentação do PI, workshops, visitas de estudo, tardes de trabalho no PI e apresentações públicas. Regime de avaliação Final (Época de Exame Final / Recurso e Especial): - Exame escrito, a realizar em data para o efeito fixada pelos Serviços (70%) + Projeto PI (30%) - São aprovados os alunos com classificação igual ou superior a 10 valores.

4.2.14. Avaliação (EN):

Continuous assessment regime: - PI Project (30%) - 1st Frequency (25%) - 2nd Frequency (30%) - Group Work (15%) Final mark = PI Project (30%) + Attendances (55%) + Group work (15%) Note: To remain on continuous assessment, the student must complete all the proposed tests and attend at least 75% of the classes. and attend at least 75% of the classes. The student who attends all the activities of the IP (except absences duly justified for a compelling reason according to art. according to article 5, no. 1 of the Regulation of Attendance and Evaluation of Students' Success), will have a bonus of 2 points in the of 2 points in the respective assessment component. These activities consist of PI presentation sessions workshops, study visits, working afternoons at the IP and public presentations. Final evaluation regime (Final / Supplementary and Special Exam Period): - Written exam, to be held on a date set for that purpose by the Services (70%) + PI Project (30%) - Students with a classification equal or superior to 10 points will be deemed approved.

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

Serão utilizadas metodologias:

- Expositivas, de forma a apresentar os quadros teóricos de referência, para atingir os objetivos de aprendizagem de 1 a 5;
- Participativas, com resolução de casos práticos, de forma a atingir os objetivos de aprendizagem 3 a 5;
- Auto-estudo, relacionadas com o trabalho autónomo do aluno, de forma a atingir todos os objetivos de aprendizagem;

A forma de avaliação, com trabalhos de grupo, permitirá avaliar os conhecimentos adquiridos em relação aos objetivos 1 a 5. O teste individual permitirá avaliar os conhecimentos adquiridos em relação a todos os objetivos.

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

Methodologies will be used:

- Expositive, in order to present the theoretical reference frameworks, to achieve learning objectives 1 to 5;
- Participatory, with the resolution of practical cases, in order to achieve learning objectives 3 to 5;
- Self-study, related to the student's autonomous work, in order to achieve all the learning objectives;

The form of assessment, with group work, will make it possible to assess the knowledge acquired in relation to objectives 1 to 5. The individual test will make it possible to assess the knowledge acquired in relation to all the objectives.

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (PT):

Crespo de Carvalho, J. et al (2020), *Logística e Gestão da Cadeia de Abastecimento*, 3ª Edição, Edições Sílabo.

Christopher, Martin, *Logistics and Supply Chain Management - Creating value- adding networks*, 5th ed., Financial Times - Prentice Hall, 2016

Chopra, S. e Meindl, P. (2014), *Supply Chain Management: Strategy, Planning and Operations*, 6.ª ed., Pearson Prentice Hall.

Rushton, Alan; Croucher, Phil, Baker, Peter, *The Handbook of Logistics and Distribution Management: Understanding the Supply Chain*, 6th ed., Kogan Page, 2017

Christopher, Martin. (2022). *Logistics and supply chain management*, 6ª Ed, Pearson Uk.

Simchi-Levi, D. et al. (2014), *Designing and Managing the Supply Chain: Concepts, Strategies and Case Studies*, 6.ª ed. (International Edition), McGraw-Hill.

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (EN):

Crespo de Carvalho, J. et al (2020), *Logística e Gestão da Cadeia de Abastecimento*, 3ª Edição, Edições Sílabo.

Christopher, Martin, *Logistics and Supply Chain Management - Creating value- adding networks*, 5th ed., Financial Times - Prentice Hall, 2016

Chopra, S. e Meindl, P. (2014), *Supply Chain Management: Strategy, Planning and Operations*, 6.ª ed., Pearson Prentice Hall.

Rushton, Alan; Croucher, Phil, Baker, Peter, *The Handbook of Logistics and Distribution Management: Understanding the Supply Chain*, 6th ed., Kogan Page, 2017

Christopher, Martin. (2022). *Logistics and supply chain management*, 6ª Ed, Pearson Uk.

Simchi-Levi, D. et al. (2014), *Designing and Managing the Supply Chain: Concepts, Strategies and Case Studies*, 6.ª ed. (International Edition), McGraw-Hill.

4.2.17. Observações (PT):

Numa perspetiva de metodologia ativa baseada em projetos (Project Based Learning), a ESCE concebeu, em 2012, um projeto extracurricular designado Projeto Integrado - Leaders for the Future (PI), transversal a todas as licenciaturas e com Regulamento próprio. Ao longo dos 3 anos do curso, e através da aplicação dos conhecimentos e competências desenvolvidas no âmbito do plano de estudos, os alunos percorrem todo o processo empreendedor, desde a geração da ideia (produto ou serviço) até à apresentação do plano de negócio. Em termos metodológicos, o PI funciona em regime integrado nas UC relacionadas com as respetivas tarefas: os alunos desenvolvem tarefas ao longo de todos os semestres do curso, alocadas a UC pré-definidas no "Guião de Apoio ao Desenvolvimento" do PI. A presente UC é aquela a que está afeto o PI no 2º semestre do 2º ano da licenciatura.

4.2.17. Observações (EN):

From the perspective of an active methodology based on projects (Project Based Learning), ESCE designed, in 2012, an extracurricular project called Integrated Project - Leaders for the Future (PI), transversal to all degrees and with its own Regulations. Over the 3 years of the course, and through the application of the knowledge and skills developed within the scope of the study plan, students go through the entire entrepreneurial process, from generating the idea (product or service) to presenting the business plan. In methodological terms, the PI works in an integrated regime in the UCs related to the respective tasks: students develop tasks throughout all semesters of the course, allocated to the UC pre-defined in the PI's "Development Support Guide". This UC is the one to which the PI is assigned in the 2nd semester of the 2nd year of the degree.

Mapa III - Gestão do Produto e Preço

4.2.1. Designação da unidade curricular (PT):

Gestão do Produto e Preço

4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):

Product and Price Management

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (PT):

CEM

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (EN):

BS

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (PT):

Semestral 2ºS

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (EN):

Semiannual 2nd S

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

162.0

4.2.5. Horas de contacto:

Presencial (P) - TP-39.0

Assíncrona a distância (AD) - TP-3.0

Síncrona a distância (SD) - TP-3.0

4.2.6. % Horas de contacto a distância:

13.33%

4.2.7. Créditos ECTS:

6.0

4.2.8. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular:

• Manuel Joaquim de Sousa Pereira - 23.0h

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

• Álvaro Miguel da Costa Cairão - 22.0h

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (PT):

1. Compreender a gestão de produto e as implicações na gestão de marketing na criação, organização e renovação dos bens ou serviços da empresa, e analisar e contextualizar a gestão de produto no seu alinhamento com as expectativas do mercado;
2. Dotar os alunos com competências específicas para a gestão de produto no que respeita aos diferentes aspetos da política de produto: fixação das características intrínsecas do produto, políticas de design, serviços associados ao produto, política de gama, e importância da inovação e lançamento de novos produtos e os produtos digitais;
3. Compreender e sistematizar a importância estratégica da variável - preço no domínio do Marketing mix dos produtos/serviços;
4. Implementar os diferentes métodos de determinação e discriminação de preços;
5. Desenvolver competências transversais que facilitem o estabelecimento da relação educativa e a promoção da aprendizagem e do desenvolvimento dos alunos em contexto profissional.

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (EN):

1. Understand product management and the implications for marketing management in the creation, organization and renewal of the company's goods or services, and analyze and contextualize product management in its alignment with market expectations;
2. Provide students with specific skills for product management with regard to different aspects of product policy: establishing the intrinsic characteristics of the product, design policies, services associated with the product, range policy, and the importance of innovation and launch of new products and digital products;
3. Understand and systematize the strategic importance of the variable - price in the domain of the Marketing mix of products/services;
4. Implement different methods of price determination and discrimination;
5. Develop transversal skills that facilitate the establishment of an educational relationship and the promotion of student learning and development in a professional context.

4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):

1. O produto na ótica de Marketing, níveis de produto, características, vantagens e benefícios.
2. Políticas de: design; embalagem; gestão da marca; dimensões da gama; produtos marginais.
3. Novos produtos, gama e linha de produtos (CVP, BCG, Ansoff, diferenciação, personalização, canibalização e posicionamento).
4. Diferentes tipos de serviços, combinação de serviços, especificidades de produtos digitais e sustentabilidade.
5. Importância e natureza da inovação, tipos, fontes de ideias de inovação.
6. Preço e economia, custos de produção ou distribuição, preço de venda, as limitações na definição do preço (Estado e leis da concorrência)
7. Preço de custo, break-even point, (ROI), a procura e os preços: elasticidade, concorrência, modulação, modelos de fixação e de discriminação, e estratégias de preço (desnatação, penetração) dumping, promoções, bundling, e tendências futuras.
8. Desenvolvimento Projeto Integrado Leaders for the Future

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):

1. The product from a Marketing perspective, product levels, characteristics, advantages and benefits.
2. Policies regarding: design; packaging; brand management; range dimensions; marginal products.
3. New products, range and product line (CVP, BCG, Ansoff, differentiation, personalization, cannibalization and positioning).
4. Different types of services, combination of services, specificities of digital products and sustainability.
5. Importance and nature of innovation, types, sources of innovation ideas.
6. Price and economics, production or distribution costs, sales price, limitations in price setting (State and competition laws)
7. Cost price, break-even point, (ROI), demand and prices: elasticity, competition, modulation, fixation and discrimination models, and price strategies (skimming, penetration) dumping, promotions, bundling, and future trends.
8. Development Integrated Project Leaders for the Future

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

Os conteúdos programáticos referidos nos pontos 1 e 2 proporcionam ao aluno os conceitos essenciais do produto e design (objetivo 1); os conteúdos referidos no ponto 3 relativamente aos tipos de produtos, análise estratégica, segmentação e posicionamento está em coerência com o (objetivo 2). Os conteúdos referidos nos pontos 4 e 5 apresentam os diferentes tipos de serviços, combinação de serviços e o processo de inovação e factores de sustentabilidade, estando em conformidade com o (objetivo 3). Os conteúdos referidos no pontos 6 e 7 referem-se à política do preço na sua relação com a economia, factores a ter em conta, formas de cálculo, estratégia de diferenciação do preço e a sua relevância na estratégia de marketing, em coerência com o (objetivo 4). Todos conteúdos programáticos se relacionam com (objetivo 5) na perspetiva do desenvolvimento das competências transversais dos alunos. Os conteúdos programáticos referidos no ponto 8 relacionam-se com todos os objetivos.

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

The syllabus referred to in points 1 and 2 provide the student with the essential concepts of product and design (objective 1); the content referred to in point 3 regarding types of products, strategic analysis, segmentation and positioning is in coherence with (objective 2). The contents referred to in points 4 and 5 present the different types of services, combination of services and the innovation process and sustainability factors, in accordance with (objective 3). The contents referred to in points 6 and 7 refer to price policy in its relationship with the economy, factors to take into account, calculation methods, price differentiation strategy and its relevance in the marketing strategy, in coherence with o (objective 4). All program contents are related to (objective 5) from the perspective of developing students' transversal skills. The program contents referred to in point 8 relate to all objectives.

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (PT):

A metodologia de ensino visa garantir o acompanhamento do aluno de forma coerente ao longo do processo de aprendizagem, de modo a garantir uma aprendizagem ativa, experiencial e autêntica, sobre os conceitos, ferramentas e metodologias fundamentais do produto e preço. Apresentação e discussão de artigos e estudos práticos, irá auxiliar os alunos a desenvolver as suas capacidades de comunicação e apreciação crítica dos temas abordados. As principais medidas são:

- 1- Problem-based learning (estimulando a proatividade e o desenvolvimento de competências pessoais e de grupo);*
- 2- Learning by doing (realizar com os alunos atividades relativas à definição do produto e preço, durante as aulas e de acordo com os temas abordados). Esta abordagem teórico-prática permitirá a aplicação dos conhecimentos e contribuirá para o desenvolvimento de habilidades e competências relevantes sobre a compreensão global e atual da estratégia de produto e preço.*

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (EN):

The teaching methodology aims to ensure that the student is monitored consistently throughout the learning process, in order to guarantee active, experiential and authentic learning about the fundamental concepts, tools and methodologies of the product and price. Presentation and discussion of articles and practical studies will help students develop their communication skills and critical appreciation of the topics covered. The main measures are:

- 1- Problem-based learning (stimulating proactivity and the development of personal and group skills);*
- 2- Learning by doing (carrying out activities with students relating to defining the product and price, during classes and in accordance with the topics covered). This theoretical-practical approach will allow the application of knowledge and will contribute to the development of relevant skills and competencies regarding the global and current understanding of product and price strategy.*

4.2.14. Avaliação (PT):

Os alunos poderão optar por uma das seguintes duas modalidades de avaliação:

- A - Avaliação Contínua*
- B - Avaliação por Exame Final*

Opção A: Avaliação Contínua

60% - Prova escrita individual

40% - Tarefa do PI: Apresentação Final: Trabalho escrito + Apresentação e Defesa.

-O estudante que comparecer a todas as atividades do PI (salvo faltas devidamente justificadas por motivo atendível de acordo com o n.º 1 do art.º 5.º do Regulamento de Frequência e Avaliação do Aproveitamento dos Estudantes), terá uma bonificação de 2 valores na respetiva componente de avaliação. Estas atividades consistem em sessões de apresentação do PI, workshops, visitas de estudo, tardes de trabalho no PI e apresentações públicas.

-A componente de avaliação assente no PI, contará para todas as épocas de exame se for em benefício do aluno.

-Os respetivos trabalhos devem ser elaborados no template próprio correspondente à tarefa, e submetidos na página do PI (<http://comunidade.esce.ipv.pt/pii/>) nas datas definidas. A submissão em data posterior implica a penalização constante do regulamento do PI.

Nota: O projeto PI tem caráter de obrigatoriedade. No caso dos trabalhadores-estudantes que solicitem dispensa do PI, o docente poderá solicitar um trabalho equivalente aplicado ao seu contexto de trabalho ou a outra empresa (sugerida pelo docente), ou um trabalho diretamente relacionado com os conteúdos da UC.

Aspetos importantes:

O não cumprimento das datas de entrega do trabalho corresponde a uma avaliação de zero valores.

A aprovação à unidade curricular está condicionada às seguintes situações:

- a) Obtenção de uma nota mínima de 8 valores em cada momento de avaliação.*
- b) Obtenção de uma média ponderada de todos os fatores de avaliação igual ou superior a 10 valores*

Opção B: Avaliação por exame final

Avaliação única:

60% exame escrito + 40% Tarefa do PI.

Nota: No caso dos alunos que obtiveram dispensa do PI, será validado o trabalho solicitado pelo docente. A informação sobre a estrutura do trabalho estará publicada no Moodle. Os alunos que optem pela avaliação em exame final têm de obter uma nota mínima de dez (10) valores para serem aprovados nesta U.C.

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.14. Avaliação (EN):

Students may choose one of the following two assessment methods:

A - Continuous Assessment

B - Assessment by Final Exam

Option A: Continuous Assessment

60% - Individual written test

40% - PI Task: Final Presentation: Written work + Presentation and Defense.

-The student who attends all PI activities (except absences duly justified for an acceptable reason in accordance with no. 1 of article 5 of the Attendance and Student Achievement Assessment Regulations), will have a bonus of 2 values in the respective assessment component. These activities consist of PI presentation sessions, workshops, study visits, PI work afternoons and public presentations.

-The assessment component based on the PI will count towards all exam periods if it is for the benefit of the student.

-The respective works must be prepared in the specific template corresponding to the task, and submitted on the PI page (<http://comunidade.esce.ipv.pt/pi/>) on the defined dates. Submission at a later date implies the penalty contained in the PI regulations.

Note: The PI project is mandatory. In the case of student workers who request exemption from PI, the teacher may request an equivalent work applied to their work context or another company (suggested by the teacher), or a work directly related to the contents of the UC.

Important aspects:

Failure to meet the work delivery dates corresponds to an assessment of zero values.

Approval of the curricular unit is subject to the following situations:

a) Obtaining a minimum grade of 8 points at each assessment point.

b) Obtaining a weighted average of all evaluation factors equal to or greater than 10 values

Option B: Assessment by final exam

Single assessment:

60% written exam + 40% PI task.

Note: In the case of students who were exempt from PI, the work requested by the teacher will be validated. Information about the structure of the work will be published on Moodle. Students who choose to be assessed in a final exam must obtain a minimum grade of ten (10) points to pass this U.C.

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

A metodologia Problem-based learning pretende estimular a proatividade e o desenvolvimento de competências pessoais e de grupo dos alunos utilizando ferramentas de gestão do produto, criação de novos produtos e serviços, inovação dos produtos, em concreto, procurando assegurar uma contribuição efetiva para um bom desempenho empresarial (objetivo 1,2 e 3).

A metodologia Learning by doing permite realizar com os alunos atividades relativas à definição do produto e preço, durante as aulas e de acordo com os temas abordados. Esta abordagem teórica-prática permitirá a aplicação dos conhecimentos e contribuirá para concretização e operacionalização referida no (objetivo 4). Todas as metodologias de ensino e avaliação se relacionam com (objetivo 5) na perspetiva do desenvolvimento das competências transversais dos alunos.

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

The Problem-based learning methodology aims to stimulate proactivity and the development of students' personal and group skills using product management tools, creation of new products and services, product innovation, in particular, seeking to ensure an effective contribution to a good business performance (objectives 1,2 and 3).

The Learning by doing methodology allows students to carry out activities related to defining the product and price, during classes and according to the topics covered. This theoretical-practical approach will allow the application of knowledge and will contribute to the implementation and operationalization referred to in (objectives 4). All teaching and assessment methodologies are related to (objective 5) from the perspective of developing students' transversal skills.

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (PT):

BAYNAST, A., DIONÍSIO, P., LENDREVIE, J., LÉVY, J., RODRIGUES, V. (2018). *Mercator 25 Anos: O Marketing na Era Digital*, 17ª Ed., Publicações D. Quixote, Lisboa.
Dionísio, P., Lévy, J., Rodrigues, J.V. & Lendrevie, J. (2015). *Mercator da Língua Portuguesa Teoria e Prática de Marketing*. Edições D. Quixote, 1ª Edição.
Kotler, P., Kartajaya, H., Setiawan, I. (2021) *Marketing 5.0: tecnologia para a humanidade* Lisboa: Actual, ISBN 978-989-694-623-4.
KOTLER, et. al. (2017). *Marketing 4.0*, Actual Editora.

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (EN):

BAYNAST, A., DIONÍSIO, P., LENDREVIE, J., LÉVY, J., RODRIGUES, V. (2018). *Mercator 25 Anos: O Marketing na Era Digital*, 17ª Ed., Publicações D. Quixote, Lisboa.
Dionísio, P., Lévy, J., Rodrigues, J.V. & Lendrevie, J. (2015). *Mercator da Língua Portuguesa Teoria e Prática de Marketing*. Edições D. Quixote, 1ª Edição.
Kotler, P., Kartajaya, H., Setiawan, I. (2021) *Marketing 5.0: tecnologia para a humanidade* Lisboa: Actual, ISBN 978-989-694-623-4.
KOTLER, et. al. (2017). *Marketing 4.0*, Actual Editora.

4.2.17. Observações (PT):

Numa perspetiva de metodologia ativa baseada em projetos (Project Based Learning), a ESCE concebeu, em 2012, um projeto extracurricular designado Projeto Integrado - Leaders for the Future (PI), transversal a todas as licenciaturas e com Regulamento próprio. Ao longo dos 3 anos do curso, e através da aplicação dos conhecimentos e competências desenvolvidas no âmbito do plano de estudos, os alunos percorrem todo o processo empreendedor, desde a geração da ideia (produto ou serviço) até à apresentação do plano de negócio. Em termos metodológicos, o PI funciona em regime integrado nas UC relacionadas com as respetivas tarefas: os alunos desenvolvem tarefas ao longo de todos os semestres do curso, alocadas a UC pré-definidas no "Guião de Apoio ao Desenvolvimento" do PI. A presente UC é aquela a que está afeto o PI no 2º semestre do 1º ano da licenciatura.

4.2.17. Observações (EN):

Pursuing an active project-based methodology (Project Based Learning), in 2012, ESCE designed an extracurricular project called Integrated Project - Leaders for the Future (known by the acronym PI), transversal to all undergraduate degrees and abiding by its own Regulation. All over the 3 years of the course, and through the application of the knowledge and skills developed within the scope of the study plan, students go through the entire entrepreneurial process, from the breeding of the idea (product or service) to the presentation of the business plan. In methodological terms, the PI follows an integrated regime in the curricular units (CU) related to the respective tasks: students develop tasks throughout all semesters of the course, allocated to CU pre-defined in the PI's "Development Support Guide". This CU is the one to which the PI is assigned in the 2nd semester of the 1st year of the bachelor's degree.

Mapa III - Inglês I

4.2.1. Designação da unidade curricular (PT):

Inglês I

4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):

English I

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (PT):

LLE

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (EN):

FLL

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (PT):

Semestral 1ºS

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (EN):

Semiannual 1st S

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE
em Funcionamento

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

81.0

4.2.5. Horas de contacto:

Presencial (P) - TP-45.0

4.2.6. % Horas de contacto a distância:

0.00%

4.2.7. Créditos ECTS:

3.0

4.2.8. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular:

• Eva da Silva Lima - 45.0h

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

[sem resposta]

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (PT):

- 1- Desenvolver e consolidar as quatro competências linguísticas;
- 2- Melhorar os conhecimentos prévios da língua inglesa, adaptando-os aos contextos sociais e profissionais;
- 3- Compreender com mais facilidade a informação veiculada em língua inglesa;
- 4- Trabalhar em contexto internacional e comunicar corretamente;
- 5- Adquirir e compreender o Inglês para fins específicos, através da aquisição do vocabulário e das estruturas gramaticais relacionados com as áreas do Marketing e da Comunicação Empresarial.

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (EN):

1. Acquire and consolidate oral and written English skills: reading, listening, speaking and writing.
2. Adapt the previous knowledge of the English language to social and professional contexts.
3. Improve the understanding of information in English more easily.
4. Be able to work in international contexts and communicate effectively.
5. To enhance the understanding of English for specific purposes, through the acquisition of vocabulary related to Marketing and Business Communication

4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):

1. O mundo do trabalho: trabalho e empregos/ profissões; empregos e carreiras; pessoas e locais de trabalho; candidatar-se a um emprego; marketing e publicidade; escrever um CV; preparar -se para entrevistas de trabalho;
2. Organizações: tipos de organizações; tipos de empresas/setores empresariais; departamentos e respetivas responsabilidades;
3. Comunicação empresarial: correspondência empresarial; chamadas telefónicas; apresentações orais.

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):

1. The world of work: work and jobs; jobs and careers; staff and workplace; applying for a job; marketing and advertising; writing a CV; preparing job interviews.
2. Organisations: types of organisations; types of companies/company sectors; departments and duties.
3. Business communication: business correspondence, business calls, presentations.

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

Os conteúdos programáticos 1, 2 e 3 (o mundo do trabalho, organizações, comunicação empresarial) permitem alcançar os objetivos 1,2 e 3, isto é melhorar as competências linguísticas (1), adquirir o vocabulário específico (2) e comunicar cada vez mais corretamente em inglês, em contextos diversificados (3).

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

Apart from developing learners' language skills (objective1), the topics 1, 2 and 3 (the world of work, organizations, and business communication) are designed to help students of Business English to improve their business vocabulary (objective 2) and to give them the tools for a successful communication in different contexts (objective 3).

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (PT):

Durante as sessões, de natureza teórico-prática, os estudantes serão encorajados a utilizar a língua inglesa como instrumento de comunicação, através de:

- a) atividades individuais e/ou em grupo para consolidação das quatro competências linguísticas;*
- b) exercícios visando a aquisição do vocabulário e das estruturas gramaticais fundamentais;*
- c) debates sobre as temáticas em estudo;*
- d) role-play de situações características do mundo empresarial, através da resolução de desafios (challenge- based learning).*

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (EN):

Several methodologies will be used to teach and develop the four skills of the English language, which may include individual work, pair work, group work and whole class activities. Students will be expected to participate actively in all activities so as to maximise their learning process. Other strategies, like solving vocabulary and grammar exercises, class discussion and role-plays will also be adopted to allow students to solve challenges more easily (challenge-based learning).

4.2.14. Avaliação (PT):

- 1. Avaliação contínua
- 2. Avaliação por Exame Final

1. Avaliação contínua

- a- Assiduidade (75%), participação e desempenho nas atividades propostas ao longo das sessões presenciais: 20%
- b- Apresentação oral individual ou em grupo: 30%
- c- Teste escrito: 50% (nota mínima: 8 valores)

Alunos com estatuto de trabalhador/estudante e outros regimes especiais:

- Apresentação oral individual ou em grupo: 30%
- Teste escrito : 70% (nota mínima: 8/20)

2. Avaliação por exame final (época normal, época de recurso, época especial)

- a) Teste escrito: 70% (nota mínima: 8/20)
- b) Entrevista: 30%

Exame de Melhoria:

- Teste escrito: 50% (nota mínima: 10/20)
- Entrevista: 50%

4.2.14. Avaliação (EN):

Students can be assessed in two different ways:

- 1. Continuous Assessment/Evaluation
- 2. Final Examination

1. Continuous evaluation comprises:

- a) Attendance (80% of the classes), participation and performance in the different activities in the different sessions: 20%
- b) Oral presentation to the class: 30%
- c) Written test: 50%

Working students who cannot attend a lot of classes will be evaluated as follows:

- a) Individual or group presentation to the class: 30%
- b) Written test: 70%

2. Final Examination (in all examination periods):

- a) Written test: 70% (minimum grade: 8 points out of 20).
- b) Interview: 30%

Improvement examination

- a) Written test - 50% (minimum grade: 10 points out of 20).
- b) Interview - 50%

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

As metodologias adotadas são adequadas aos objetivos da aprendizagem. Assim, após a exposição dos conteúdos, os alunos terão a possibilidade de desenvolver as quatro competências linguísticas (listening, reading, writing, speaking) individualmente, em grupos e em discussão alargada na turma, através de diversas atividades de reutilização das estruturas lexicais e gramaticais (objetivos 1 e 2). As tarefas de role-play de variadas situações serão um estímulo para um desempenho linguístico cada vez mais correto (objetivo 3).

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

The methodologies used are fitting the learning objectives. Thus, after exposure of content, students will be able to develop the four language skills (listening, reading, writing, speaking) individually, in groups and whole class discussion, through various activities for the reuse of lexical and grammatical structures (objectives 1 and 2). Role playing tasks and activities will be a stimulus to a linguistic performance increasingly more accurate (objective 3).

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (PT):

Brieger, N., Pohl, A. (2002). *Technical English Vocabulary and Grammar*. Summertown Publishing Limited.
Mascull, B. (2002). *Business Vocabulary in Use. Intermediate*. Cambridge: Cambridge University Press.
Mascull, B. (2010). *Business Vocabulary in Use. Advanced*. Cambridge: Cambridge University Press.
Oxford Dictionary of Business English. Oxford: Oxford University Press.
McCarthy, M., McCarty, J., Clark, D., Clark, R. (2009). *Grammar for Business*. Cambridge: Cambridge University Press.
Pile, L. (2015). *Intelligent Business*. Essex: Pearson Education.
Sweeney, S. (2003). *English for Business Communication - Student's book, Second edition*. Cambridge: Cambridge University Press.

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (EN):

Brieger, N., Pohl, A. (2002). *Technical English Vocabulary and Grammar*. Summertown Publishing Limited.
Mascull, B. (2002). *Business Vocabulary in Use. Intermediate*. Cambridge: Cambridge University Press.
Mascull, B. (2010). *Business Vocabulary in Use. Advanced*. Cambridge: Cambridge University Press.
Oxford Dictionary of Business English. Oxford: Oxford University Press.
McCarthy, M., McCarty, J., Clark, D., Clark, R. (2009). *Grammar for Business*. Cambridge: Cambridge University Press.
Pile, L. (2015). *Intelligent Business*. Essex: Pearson Education.
Sweeney, S. (2003). *English for Business Communication - Student's book, Second edition*. Cambridge: Cambridge University Press.

4.2.17. Observações (PT):

[sem resposta]

4.2.17. Observações (EN):

[sem resposta]

Mapa III - Inglês II

4.2.1. Designação da unidade curricular (PT):

Inglês II

4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):

English II

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (PT):

LLE

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (EN):

FLL

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (PT):

Semestral 2ºS

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE
em Funcionamento**4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (EN):***Semiannual 2nd S***4.2.4. Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):***81.0***4.2.5. Horas de contacto:***Presencial (P) - TP-45.0***4.2.6. % Horas de contacto a distância:***0.00%***4.2.7. Créditos ECTS:***3.0***4.2.8. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular:***• Eva da Silva Lima - 45.0h***4.2.9. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:***[sem resposta]***4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (PT):**

- Melhorar as quatro competências linguísticas;
- Aprofundar e consolidar o vocabulário e os conceitos específicos da área do marketing e da comunicação;
- Tomar consciência das diferenças culturais e ser capaz de comunicar e negociar com pessoas de outras culturas.

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (EN):

- Improve the four language skills (listening; speaking; reading; writing);
- Improve and consolidate the business vocabulary and the specific terminology used in the business world;
- Be aware of cultural differences and be able to communicate in English with people from other cultures

4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):

1. Consciência cultural
2. Reuniões
3. Negociações
4. Comunicação empresarial
5. Marketing e Publicidade

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):

1. Cultural awareness
2. Meetings
3. Negotiations
4. Business communication
5. Marketing and advertisement

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

A consciencialização das diferenças culturais (conteúdo programático 1) permitirá aos estudantes conhecer e compreender as outras culturas e comunicar melhor em qualquer situação negocial (objetivo 3). Os conteúdos programáticos 2, 3, 4, e 5 permitem alcançar os objetivos 1 e 2, isto é, melhorar as competências linguísticas e adquirir o vocabulário específico. Pretende-se que os alunos sejam capazes de participar em reuniões internacionais; dominar o vocabulário, as expressões e as técnicas de comunicação, negociação, gestão, marketing e publicidade.

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

The first topic of the syllabus, cultural awareness, will help students know and understand the other cultures and better communicate in any situation (objective 3). Apart from improving learners' language skills, the syllabus (2, 3, 4 and 5) is designed to help students of Business English improve their business vocabulary and grammar (objectives 1 and 2). It is intended that students are able to participate in international meetings, master the vocabulary, the expressions and the techniques of communication, negotiation, management, marketing and advertising.

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (PT):

Durante as sessões, de natureza teórico-prática, os estudantes serão encorajados a utilizar a língua inglesa como instrumento de comunicação, através de:

- a) atividades individuais e/ou em grupo para consolidação das quatro competências linguísticas;*
- b) exercícios visando a aquisição do vocabulário e das estruturas gramaticais fundamentais;*
- c) debates sobre as temáticas em estudo;*
- d) "role-play" de situações características do mundo empresarial, através da resolução de desafios (challenge-based learning).*

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (EN):

Several methodologies will be used to teach and develop the four skills of the English language, which may include individual work, pair work, group work and whole class activities. Students will be expected to participate actively in all activities so as to maximise their learning process. Other strategies, like solving vocabulary and grammar exercises, class discussion and role-plays will also be adopted to allow students solve challenges more easily (challenge-based learning).

4.2.14. Avaliação (PT):

Os alunos poderão ser avaliados de duas formas:

- 1. Avaliação contínua*
- 2. Avaliação por Exame Final*

1. Avaliação contínua

- a- Assiduidade (75%), participação e desempenho nas atividades propostas ao longo das sessões presenciais: 20%*
- b- Apresentação oral individual ou em grupo: 30%*
- c- Teste escrito: 50% (nota mínima: 8 valores)*

Alunos com estatuto de trabalhador/estudante e outros regimes especiais:

- Apresentação oral individual ou em grupo: 30%*
- Teste escrito : 70% (nota mínima: 8/20)*

2. Avaliação por exame final (época normal, época de recurso, época especial)

- a) Teste escrito: 70% (nota mínima: 8 valores)*
- b) Entrevista: 30%*

Exame de melhoria

- a) Teste escrito: 50% (nota mínima: 10/20)*
- b) Entrevista: 50%*

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.14. Avaliação (EN):

Students can be assessed in two different ways:

1. Continuous Assessment/Evaluation
2. Final Examination

1. Continuous evaluation comprises:

- a) Attendance (80% of the classes), participation and performance in the different activities in the different sessions: 20%
- b) Oral presentation to the class: 30%
- c) Written test: 50%

Working students who cannot attend a lot of classes will be evaluated as follows:

- a) Individual or group presentation to the class: 30%
- b) Written test: 70%

2. Final Examination (in all examination periods):

- a) Written test: 70% (minimum grade: 8 points out of 20).
- b) Interview: 30%

Improvement Examination

- a) Written test - 50% (minimum grade: 10 points out of 20).
- b) Interview - 50%

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

As metodologias adotadas são adequadas aos objetivos da aprendizagem. Assim, após a exposição dos conteúdos, os alunos terão a possibilidade de desenvolver as quatro competências linguísticas (listening, reading, writing, speaking) individualmente, em grupos e em discussão alargada na turma, através de diversas atividades de reutilização das estruturas lexicais e gramaticais (objetivos 1 e 2). As tarefas de "role-play" de variadas situações serão um estímulo para um desempenho linguístico cada vez mais correto (objetivo 3).

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

The methodologies used are fitting the learning objectives. Thus, after exposure of content, students will be able to develop the four language skills (listening, reading, writing, speaking) individually, in groups and whole class discussion, through various activities for the reuse of lexical and grammatical structures (objectives 1 and 2). Role playing tasks and activities will be a stimulus to a linguistic performance increasingly more accurate (objective 3).

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (PT):

Allen, D. & Smith, P. (1994). *Life and Culture in the English-Speaking World*. Milano: La Spiga Languages. Brieger, N. & Pohl, A., (2007). *Technical English - Vocabulary and Grammar*, Oxford: Summertown Publishing Limited.
Brieger, N. & Sweeney, S., (1996). *The Language of Business English – Grammar & Functions*, London: Longman.
Longman Business English Dictionary (2007). Essex: Pearson Education Limited. McCarthy, M. & all, (2009). *Grammar for Business*: Cambridge: Cambridge University Press.
Marco Fabr , E. & Remacha Esteras, S. (2007). *Professional English in Use, ICT*. Cambridge: Cambridge University Press.
Mascull, B. (2002). *Business Vocabulary in Use*. Cambridge: Cambridge University Press.
Sweeney, S., (2003). *English for Business Communication – Student's book*. Second edition, Cambridge: Cambridge University Press.

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (EN):

Allen, D. & Smith, P. (1994). *Life and Culture in the English-Speaking World*. Milano: La Spiga Languages. Brieger, N. & Pohl, A., (2007). *Technical English - Vocabulary and Grammar*, Oxford: Summertown Publishing Limited.
Brieger, N. & Sweeney, S., (1996). *The Language of Business English – Grammar & Functions*, London: Longman.
Longman Business English Dictionary (2007). Essex: Pearson Education Limited. McCarthy, M. & all, (2009). *Grammar for Business*: Cambridge: Cambridge University Press.
Marco Fabr , E. & Remacha Esteras, S. (2007). *Professional English in Use, ICT*. Cambridge: Cambridge University Press.
Mascull, B. (2002). *Business Vocabulary in Use*. Cambridge: Cambridge University Press.
Sweeney, S., (2003). *English for Business Communication – Student's book*. Second edition, Cambridge: Cambridge University Press.

4.2.17. Observações (PT):

[sem resposta]

4.2.17. Observações (EN):
[sem resposta]

Mapa III - Inovação e Empreendedorismo

4.2.1. Designação da unidade curricular (PT):
Inovação e Empreendedorismo

4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):
Innovation and Entrepreneurship

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (PT):
CEM

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (EN):
BS

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (PT):
Semestral 1ºS

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (EN):
Semiannual 1st S

4.2.4. Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):
81.0

4.2.5. Horas de contacto:
Presencial (P) - TP-45.0

4.2.6. % Horas de contacto a distância:
0.00%

4.2.7. Créditos ECTS:
3.0

4.2.8. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular:
• Luís Carlos Branco Barros - 45.0h

4.2.9. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:
[sem resposta]

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (PT):

- 1. Conhecer e dominar a aplicabilidade da Tecnologia e do Capital Empreendedor.*
- 2. Identificar as características do perfil empreendedor.*
- 3. Saber como desenvolver uma atitude empreendedora: iniciativa, criatividade, liderança, trabalho em equipa, visão sistémica, capacidade de comunicação, persistência, gosto em aprender, comprometimento e orientação para a ação.*
- 4. Reconhecer os princípios fundamentais do empreendedorismo e da criação e desenvolvimento de um negócio.*
- 5. Conhecer a importância e saber elaborar um plano de negócios.*
- 6. Identificar os princípios da Inovação e relacionar com o Empreendedorismo.*
- 7. Dar continuidade ao processo de divulgação e envolvimento dos alunos no programa Poliempreende.*
- 8. Conhecer as regras de Proteção da Propriedade Industrial / Intelectual.*
- 9. Conhecer os desafios resultantes da criação de negócios no contexto da globalização.*

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (EN):

1. Know and master the applicability of Technology and Entrepreneurial Capital.
2. Identify the characteristics of the entrepreneurial profile.
3. Know how to develop an entrepreneurial attitude: initiative, creativity, leadership, teamwork, systemic vision, communication skills, persistence, love of learning, commitment and action orientation.
4. Recognise the main principles of entrepreneurship and the creation and development of a business.
5. Know the importance of a business plan and how to draw up a business plan.
6. Identify the principles of innovation and relate them with entrepreneurship.
7. To continue the process of publicising and involving students in the Poliempreende programme.
8. Know the rules of Industrial / Intellectual Property Protection.
9. Learn about the challenges of setting up a business in the context of globalisation.

4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):

- A - EMPREENDEDORISMO E ESPÍRITO EMPRESARIAL
- B - INOVAÇÃO E EMPREENDEDORISMO
- C - DA IDEIA AO NEGÓCIO
- D - O PLANO DE NEGÓCIO
- E - FINANCIAMENTO DIRIGIDO AO EMPREENDEDOR
- F - O EMPREENDEDORISMO SOCIAL
- G - INTERNACIONALIZAÇÃO E GLOBALIZAÇÃO DE NEGÓCIOS

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):

- A - ENTREPRENEURSHIP AND ENTREPRENEURIAL SPIRIT
- B - INNOVATION AND ENTREPRENEURSHIP
- C - FROM IDEA TO BUSINESS
- D - THE BUSINESS PLAN
- E - FINANCING DIRECTED TO THE ENTREPRENEUR
- F - SOCIAL ENTREPRENEURSHIP
- G - INTERNATIONALIZATION AND GLOBALIZATION OF BUSINESS

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

- A – 1, 2, 3, 7
- B – 3, 4, 6
- C – 3, 4, 6, 7
- D – 5, 7
- E – 5, 7, 9
- F – 6, 7, 9
- G – 8, 9

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

- A – 1, 2, 3, 7
- B – 3, 4, 6
- C – 3, 4, 6, 7
- D – 5, 7
- E – 5, 7, 9
- F – 6, 7, 9
- G – 8, 9

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (PT):

Sendo o empreendedorismo um conjunto de competências, de atributos e de regras seguidas para se alcançar um determinado objetivo, financeiro ou social, as metodologias de ensino devem refletir essa realidade. O aluno deve ser estimulado a desenvolver, com elevado grau de autonomia, grande parte do processo de aprendizagem. Nesse sentido, serão utilizadas as metodologias ativas Flipped Classroom, Aprendizagem Cooperativa e, sempre que possível, Estudo de Casos. Nas componentes mais teóricas e de conhecimentos essenciais, mantêm-se as metodologias tradicionais.

Na metodologia Flipped Classroom, os alunos deverão preparar a aula seguinte de forma antecipada, através dos recursos disponibilizados pelo docente, servindo esta para as componentes mais práticas de aplicação dos conhecimentos. Aplica-se, nomeadamente, aos conteúdos programáticos B, C e F.

A Aprendizagem Cooperativa estimula a iniciativa individual e o trabalho em equipa. Deste modo, aplica-se, especialmente, aos conteúdos programáticos D e E.

Já o Estudo de Caso tem ampla aplicação, dependendo da dinâmica do grupo de alunos, podendo ser aplicado aos conteúdos programáticos E, F e G.

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (EN):

Entrepreneurship encompasses a collection of skills, attributes, and principles employed to attain specific financial or social objectives, necessitating teaching methodologies that mirror this reality. Students should be motivated to engage in a significant portion of the learning process with a high level of autonomy. Consequently, active methodologies such as Flipped Classroom, Cooperative Learning, and, whenever feasible, Case Studies will be implemented. Traditional methodologies should be retained for the more theoretical and fundamental knowledge components.

Within the Flipped Classroom approach, students will prepare for upcoming lessons in advance, utilizing resources provided by the instructor, which will be instrumental for the practical application of knowledge. This is particularly relevant to program contents B, C, and F. Cooperative learning fosters individual initiative and teamwork, making it especially pertinent for program contents D and E. Case Studies offer broad applicability, contingent on the dynamics of the student group, and can be employed for program contents E, F, and G.

4.2.14. Avaliação (PT):

Frequência (50%) + Trabalho Prático Escrito com Apresentação Oral (50%).

Avaliação final:

Exame escrito (50%) + Trabalho Prático Escrito (50%)

Observações: A Avaliação Contínua implica a assiduidade obrigatória a 75% das aulas;

A aprovação à unidade curricular implica a obtenção de uma nota mínima de 8,0 valores em cada componente da avaliação, bem como de uma média final ponderada (global) igual ou superior a 9,5 valores.

4.2.14. Avaliação (EN):

Continuous assessment:

Written Exam (50%) + Practical Written Work with Oral Presentation (50%).

Final assessment:

Written Exam (50%) + Practical Written Work (50%)

Observations: Continuous Assessment requires mandatory attendance at 75% of the classes;

Approval in the course requires obtaining a minimum grade of 8.0 in each assessment component, as well as a weighted final average equal to or greater than 9.5.

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

Uma vez que as metodologias de ensino privilegiam os métodos ativos, também os momentos de avaliação procuram responder aos objetivos traçados para a aprendizagem desta disciplina.

As metodologias ativas e os modelos de avaliação práticos respondem diretamente às competências e objetivos específicos da disciplina. Quando se integram aspetos práticos e relacionados com o mundo real das empresas, os alunos tomam consciência das competências exigidas pelo mercado de trabalho, bem como são preparados de modo mais eficaz para os desafios que se colocam às empresas modernas. Através dos métodos ativos e da partilha de conhecimentos diretamente relacionados com a realidade empresarial, os alunos são mais facilmente motivados para a aprendizagem e a acumulação de conhecimento.

A proposta de realização de um exame escrito de avaliação de conhecimentos e de um trabalho prático escrito com apresentação oral permite alcançar vários objetivos relevantes, simultaneamente.

A integração de metodologias ativas de ensino e de modelos de avaliação mais práticos permite, assim, a criação de ambientes de aprendizagem mais dinâmicos e alinhados com os objetivos da disciplina, enquanto prepara os alunos para os futuros desafios profissionais.

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE
em Funcionamento**4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):**

As active teaching methodologies take precedence, the assessment approach also strives to align with the established learning objectives for the subject. Both active methodologies and practical assessment models directly address the subject's specific competencies and goals. When practical elements reflecting the actual business landscape are incorporated, students gain awareness of the skills demanded by the job market, enhancing their readiness for contemporary corporate challenges. Through the application of active methods and the exchange of knowledge closely linked to real-world business scenarios, students find increased motivation to learn and acquire knowledge.

Proposing a combination of a written exam to evaluate theoretical knowledge and a practical written assignment accompanied by an oral presentation allows for the simultaneous achievement of multiple pertinent objectives. The integration of active teaching methodologies and more pragmatic assessment models thus facilitates the development of dynamic learning environments that align with the subject's objectives, effectively preparing students for forthcoming professional endeavors.

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (PT):

Bento, P. (2023). *Fundamentos de Empreendedorismo Empresarial*. Lisboa: Edições Sílabo.
Bucha, A. I. (2009). Monteiro, A. (Coord.) *Empreendedorismo: aprender a saber ser empreendedor*. Lisboa: Editora RH.
Duarte, C., Esperança, J. (2014). *Empreendedorismo e Planeamento Financeiro: Transformar Oportunidades em negócios. Criar micro, pequenas e médias empresas*. Lisboa, Edições Sílabo.
Ferreira M. P., Santos, J.C. e Serra, F.R. (2008) *Ser Empreendedor? Pensar, Criar e Moldar a Nova Empresa*. 1ª Edição, Lisboa, Edições Sílabo.
Kawasaki, G. (2011). *A arte do empreendedor: Guia completo para começar e triunfar no seu negócio*. Portela, Vogais.
Lopes dos Reis, F. et al. (2022). *Manual de Estratégia Empresarial, Inovação e Empreendedorismo*. Lisboa: Edições Sílabo.
Saraiva, P. (2015). *Empreendedorismo: do conceito à aplicação, da teoria ao negócio, da tecnologia ao valor*. 3ª ed, Coimbra, Imprensa da Universidade de Coimbra.
Silva, F. (2001). *Manual do empreendedor*. Chiado, Bertrand.

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (EN):

Bento, P. (2023). *Fundamentos de Empreendedorismo Empresarial*. Lisboa: Edições Sílabo.
Bucha, A. I. (2009). Monteiro, A. (Coord.) *Empreendedorismo: aprender a saber ser empreendedor*. Lisboa: Editora RH.
Duarte, C., Esperança, J. (2014). *Empreendedorismo e Planeamento Financeiro: Transformar Oportunidades em negócios. Criar micro, pequenas e médias empresas*. Lisboa, Edições Sílabo.
Ferreira M. P., Santos, J.C. e Serra, F.R. (2008) *Ser Empreendedor? Pensar, Criar e Moldar a Nova Empresa*. 1ª Edição, Lisboa, Edições Sílabo.
Kawasaki, G. (2011). *A arte do empreendedor: Guia completo para começar e triunfar no seu negócio*. Portela, Vogais.
Lopes dos Reis, F. et al. (2022). *Manual de Estratégia Empresarial, Inovação e Empreendedorismo*. Lisboa: Edições Sílabo.
Saraiva, P. (2015). *Empreendedorismo: do conceito à aplicação, da teoria ao negócio, da tecnologia ao valor*. 3ª ed, Coimbra, Imprensa da Universidade de Coimbra.
Silva, F. (2001). *Manual do empreendedor*. Chiado, Bertrand.

4.2.17. Observações (PT):

[sem resposta]

4.2.17. Observações (EN):

[sem resposta]

Mapa III - Laboratório de Comunicação Multimédia**4.2.1. Designação da unidade curricular (PT):**

Laboratório de Comunicação Multimédia

4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):

Multimedia Communication Laboratory

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (PT):

INF

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE
em Funcionamento

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (EN):

COM

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (PT):

Semestral 2ºS

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (EN):

Semiannual 2nd S

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

162.0

4.2.5. Horas de contacto:

Presencial (P) - TP-60.0

4.2.6. % Horas de contacto a distância:

0.00%

4.2.7. Créditos ECTS:

6.0

4.2.8. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular:

• Jorge Manuel Esparteiro Garcia - 6.0h

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

[sem resposta]

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (PT):

O1 – Saber efetuar a produção e manipulação de informação em diferentes formatos digitais, considerando o armazenamento, a transmissão e o consumo dos conteúdos, adequados aos objetivos de um projeto multimédia

O2 - Criar interfaces digitais aplicando os conceitos estruturais de Tecnologias de Desenho e Produção Multimédia a projetos de vídeo e animação digital

O3 – Produzir conteúdos interativos para diferentes plataformas, através da utilização de um conjunto de ferramentas de autoria de criação de vídeo e animação digital

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (EN):

O1 - Know how to produce and manipulate information in different digital formats, considering the storage, transmission and consumption of content, appropriate to the objectives of a multimedia project

O2 - Create digital interfaces applying the structural concepts of Multimedia Design and Production Technologies to video and digital animation projects

O3 - Produce interactive content for different platforms, using a set of authoring tools for creating digital video and animation

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):

CP1 - Autoria Multimédia

- 1.1 - Autoria e ferramentas de autoria
- 1.2 - Modelos e paradigmas para autoria multimédia
- 1.3 Projeto de autoria multimédia

CP2 - Vídeo Digital

- 2.1 - Representação de vídeo analógico
- 2.2 - Operações de vídeo analógico
- 2.3 - Representação de vídeo digital
- 2.4 - Operações de vídeo digital
- 2.5 - Autoria de vídeo digital
- 2.6 - Ferramentas e soluções de software para produção de vídeo digital

CP3 - Animação Digital

- 3.1 - Conceitos fundamentais
- 3.2 - Formatos de animação para a web
- 3.3 - Conceitos básicos de HTML5
- 3.4 - Adobe Animate

- 3.4.1 - Principais técnicas e metodologias de desenvolvimento de aplicações e animações utilizando o software

CP4 - Conceção e desenvolvimento de conteúdos multimédia

- 4.1 - Utilização de diferentes ferramentas de captura e manipulação de imagem: captura e pós-produção gráfica
- 4.2 - Produção Áudio, Animação e Vídeo
- 4.3 - Produção de Conteúdos para a Web (Sítios Web e Redes Sociais)

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):

PC1 - Multimedia Authoring

- 1.1 - Authoring and authoring tools
- 1.2 - Models and paradigms for multimedia authoring
- 1.3 Multimedia authoring project

PC2 - Digital Video

- 2.1 - Analog video representation
- 2.2 - Analog video operations
- 2.3 - Digital video representation
- 2.4 - Digital video operations
- 2.5 - Digital video authoring
- 2.6 - Software tools and solutions for digital video production

PC3 - Digital Animation

- 3.1 - Fundamental concepts
- 3.2 - Animation formats for the web
- 3.3 - Basic HTML5 concepts
- 3.4 - Adobe Animate

- 3.4.1 - Main techniques and methodologies for developing applications and animations using the software

PC4 - Designing and developing multimedia content

- 4.1 - Using different image capture and manipulation tools: graphic capture and post-production
- 4.2 - Audio, animation and video production
- 4.3 - Web Content Production (Websites and Social Networks)

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

Os conteúdos programáticos são coerentes com os objetivos definidos, na medida em que são abordados conteúdos relacionados com os principais conceitos relacionados com a produção de conteúdos digitais, que permitem adquirir as competências necessárias para alcançar esses objetivos propostos. Dessa forma, a coerência dos Conteúdos Programáticos (CP) com os Objetivos (O) pode ser observada através da seguinte relação: O1 --> CP1; O2 --> CP2, CP3; O3 --> CP2; CP3; CP4

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

The syllabus is coherent with the defined objectives, insofar as it covers content related to the main concepts related to the production of digital content, which will enable you to acquire the necessary skills to achieve the proposed objectives. In this way, the coherence of the Syllabus (CP) with the Objectives (O) can be observed through the following relationship: O1 --> PC1; O2 --> PC2, PC3; O3 --> PC2; PC3; PC4

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (PT):

A unidade curricular funciona através de aulas teórico-práticas. A metodologia de ensino e aprendizagem utilizada está de acordo com o Modelo Pedagógico das Formações do IPVC, seguindo uma abordagem pedagógica ativa centrada no estudante. Será utilizada uma metodologia Problem-Based learning, centrando-se na participação ativa dos estudantes em desafios que envolvam a resolução de problemas através da aplicação dos conhecimentos adquiridos. A realização das tarefas é acompanhada e mediada pelo professor, responsável por promover a reflexão, a sistematização e a consolidação de conhecimentos. Os docentes utilizarão uma metodologia expositiva dos conteúdos da unidade curricular para discussão exemplos e aplicações, incentivando a reflexão e a resolução de problemas.

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (EN):

The curricular unit works through theoretical-practical classes. The teaching and learning methodology used is in line with the IPVC Training Pedagogical Model, following an active pedagogical approach centered on the student. A Problem-Based learning methodology will be used, focusing on the active participation of students in challenges that involve solving problems through the application of acquired knowledge. The tasks are monitored and mediated by the teacher, who is responsible for promoting reflection, systematization and consolidation of knowledge. Teachers will use an expository methodology of the course contents to discuss examples and applications, encouraging reflection and problem-solving.

4.2.14. Avaliação (PT):

O sistema de avaliação da unidade curricular é regido pelo Regulamento de Frequência e Avaliação do aproveitamento dos Estudantes. O estudante poderá ser avaliado de duas formas alternativas: - Avaliação Contínua; Avaliação por Exame Final. Avaliação contínua - 1 trabalho prático (60%) e 1 frequência individual (40%) Em cada momento de avaliação a nota mínima é de 8 valores. Exame Final - Exame final individual e decorrerá na época normal de exames, sendo que a avaliação individual do aluno deverá ser positiva (nota superior ou igual a 10 valores) para permitir a aprovação na unidade curricular.

4.2.14. Avaliação (EN):

The assessment system for the course is governed by the Regulations for Attendance and Assessment of Student Achievement. Students can be assessed in two alternative ways: - Continuous Assessment; Assessment by Final Exam. Continuous assessment - 1 practical assignment (60%) and 1 individual test (40%) At each assessment point, the minimum mark is 8 points. Final Exam - Individual final exam, which will take place during the normal exam period. The student's individual assessment must be positive (a mark of 10 or more) in order to pass the course.

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

Os diferentes pontos explicitados no programa serão abordados numa perspetiva teórico-prática. Assim, complementarmente à exposição teórica dos temas (onde a informação será facultada a partir de uma variedade de fontes: bibliografia recomendada, artigos científicos, trabalhos escritos e apresentações audiovisuais) pretendem-se protagonizar práticas interrogativas e de análise crítica de casos práticos. Paralelamente proceder-se-á à realização de trabalhos escritos (grupo), bem como ao acompanhamento tutorial aos alunos na realização dos mesmos.

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

The different points explained in the syllabus will be approached from a theoretical-practical perspective. Thus, in addition to the theoretical exposition of the topics (where information will be provided from a variety of sources: recommended bibliography, scientific articles, written work and audiovisual presentations), the aim is to provide interrogative practice and critical analysis of practical cases. At the same time, written work (group) will be carried out, as well as tutorial support for students.

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (PT):

- Wood, B. (2020). Adobe Illustrator Classroom in a Book 2020. Pearson Education
- Dockery, J. (2018). Learn Adobe Premiere Pro CC for Video Communication. Pearson Education
- Ribeiro, Nuno Magalhães (2012). Multimédia e Tecnologias Interactivas - 5ª edição, Lisboa: FCA - Editora Informática

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (EN):

- Wood, B. (2020). Adobe Illustrator Classroom in a Book 2020. Pearson Education
- Dockery, J. (2018). Learn Adobe Premiere Pro CC for Video Communication. Pearson Education
- Ribeiro, Nuno Magalhães (2012). Multimédia e Tecnologias Interactivas - 5ª edição, Lisboa: FCA - Editora Informática

4.2.17. Observações (PT):
[sem resposta]

4.2.17. Observações (EN):
[sem resposta]

Mapa III - Marketing Industrial e de Serviços

4.2.1. Designação da unidade curricular (PT):
Marketing Industrial e de Serviços

4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):
Industrial and Services Marketing

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (PT):
MeP

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (EN):
MeA

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (PT):
Semestral 1ºS

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (EN):
Semiannual 1st S

4.2.4. Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):
162.0

4.2.5. Horas de contacto:
Presencial (P) - TP-60.0

4.2.6. % Horas de contacto a distância:
0.00%

4.2.7. Créditos ECTS:
6.0

4.2.8. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular:
• Manuel José Serra da Fonseca - 60.0h

4.2.9. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:
[sem resposta]

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (PT):
Serão abordadas as vertentes estratégica e tática do marketing industrial e do marketing de serviços. No final da UC os alunos deverão ter capacidade para desenvolver um plano de marketing em contexto B2B. Objetivos específicos: Identificar e desenvolver competências para implementação de uma estratégia de marketing relacional (industrial e de serviços) como fator de vantagem competitiva (O1); Compreender a natureza particular das relações cliente-fornecedor em mercados B2B e aferir as especificidades do comportamento das organizações em redes de relacionamento industriais (O2); Compreender os princípios diferenciadores do marketing de serviços face ao marketing de produtos (O3); Aplicar os princípios e técnicas de gestão de marketing relacional (industrial e de serviços) em situações reais (O4); Desenvolver trabalho em equipa (O5).

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (EN):

The strategic and tactical dimensions of industrial marketing and services marketing will be covered. At the end of the course, students should be able to develop a marketing plan in a B2B context. Specific objectives: Identify and develop skills for implementing a relationship marketing strategy (industrial and services) as a competitive advantage factor (O1); Understand the particular nature of customer-supplier relationships in B2B markets and assess the specificities of the behaviour of organizations in industrial relationship networks (O2); Understand the differentiating principles of services marketing compared to product marketing (O3); Apply the principles and techniques of relationship marketing management (industrial and services) in real situations (O4); Develop teamwork (O5).

4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):

1. Marketing Business-to-Business (Conceito e especificidades; O Processo de compra; Segmentação, Targeting e Posicionamento do e no mercado industrial; As variáveis do marketing-mix em contexto B2B).
2. Os relacionamentos B2B (Estratégias de relacionamento para os mercados industriais; As redes de relacionamento industrial).
3. Implementação e avaliação de estratégias de marketing B2B
4. O Marketing de Serviços (Conceito e especificidades; A importância dos serviços na economia e na sociedade atual; As diferenças entre produtos e serviços).
5. A gestão de marketing em serviços (Conceptualização de Servitization; Gestão do pessoal de Contacto; Gestão da participação do cliente; O processo de segmentação dos serviços; Personalização e customização dos serviços; A cocriação de valor nos serviços; A qualidade e a satisfação nos serviços).
6. A gestão do relacionamento com o cliente.

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):

1. Business-to-Business Marketing (Concept and specificities; The purchasing process; Segmentation, Targeting and Positioning of and in the industrial market; The marketing-mix variables in a B2B context).
2. B2B relationships (Relationship strategies for industrial markets; Industrial relationship networks).
3. Implementation and evaluation of B2B marketing strategies.
4. Services Marketing (Concept and specificities; The importance of services in today's economy and society; The differences between products and services).
5. Marketing management in services (Conceptualization of Servitization; Management of contact personnel; Management of customer participation; The process of segmentation of services; Personalization and customization of services; Co-creation of value in services; Quality and satisfaction in services).
6. Customer relationship management.

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

A coerência dos Conteúdos Programáticos (CP) com os Objetivos (O), pode ser observada através da seguinte relação:

CP1 --> O1
CP2 --> O1; O2
CP3 --> O1; O4; O5
CP4 --> O1; O3
CP5 --> O1; O3; O4
CP6 --> O1; O2; O4

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

The coherence of the Programmatic Contents (PC) with the Objectives (O) can be observed through the following relationship:

PC1 --> O1
PC2 --> O1; O2
PC3 --> O1; O4; O5
PC4 --> O1; O3
PC5 --> O1; O3; O4
PC6 --> O1; O2; O4

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (PT):

As aulas permitem o enquadramento teórico-prático dos temas abordados e a conceptualização dirigida das várias temáticas desenvolvidas na UC, sendo fomentado o sentido crítico e autocrítico, bem como a prática de uma atitude ética em termos pessoais e profissionais. Promove-se o desenvolvimento, exposição e discussão crítica de casos e exercícios e estimula-se o reforço de capacidades analíticas. A participação nas aulas permite o desenvolvimento de competências de comunicação orais e escritas. Complementarmente os alunos adquirem aptidões diversas, como: capacidade de trabalho em equipa, capacidade para identificar e resolver problemas; organizar, planear e programar tarefas; ter espírito de iniciativa; aplicação de conhecimentos (teóricos, técnicos e operacionais). É ainda facilitada a familiarização com terminologia de investigação em marketing industrial e de serviços; seleção e recolha de informação; pesquisa bibliográfica; identificação e referência das fontes de informação utilizadas; preparação de relatórios. Em sintonia com o modelo pedagógico do IPVC - que destaca as oportunidades de aprendizagem ativa, centradas no estudante - e com a natureza teórico-prática da UC associada a um trabalho aplicado a uma organização real (plano de marketing B2B), permite recorrer a uma abordagem pedagógica assente na "Aprendizagem Baseada em Problemas" (recorrendo a problemas de marketing reais, com base na definição concreta de objetivos e feedback frequente e personalizado, os alunos definirão estratégias e táticas de resolução e apresentarão resultados documentados, desenvolvendo, também, competências de pensamento crítico. Neste contexto - e de forma processual - os alunos desenvolverão a sua atividade em três fases: identificação e definição do problema de marketing; aceder, avaliar e utilizar a informação primária e secundária; apresentação da solução de marketing B2B para o problema).

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (EN):

The lectures provide a theoretical and practical framework for the topics covered and a guided conceptualization of the various themes developed in the course, fostering a critical and self-critical sense, as well as the practice of an ethical attitude in personal and professional terms. The development, presentation and critical discussion of cases and exercises is promoted and the strengthening of analytical skills is encouraged. Participation in classes enables the development of oral and written communication skills. In addition, students acquire various skills, such as: teamwork, the ability to identify and solve problems; organizing, planning and scheduling tasks; a spirit of initiative; the application of knowledge (theoretical, technical and operational). It also facilitates familiarization with research terminology in industrial and services marketing; selection and collection of information; bibliographical research; identification and referencing of the sources of information used; preparation of reports. In line with IPVC's pedagogical model - which highlights opportunities for active, student-centered learning - and with the theoretical-practical nature of the course associated with work applied to a real organization (B2B marketing plan), it allows the use of a pedagogical approach based on "Problem-Based Learning" (using real marketing problems, based on the concrete definition of objectives and frequent and personalized feedback, students will define strategies and tactics for resolution and present documented results, while also developing critical thinking skills. In this context - and in a procedural way - students will develop their activity in three phases: identifying and defining the marketing problem; accessing, evaluating and using primary and secondary information; presenting the B2B marketing solution to the problem).

4.2.14. Avaliação (PT):

Na avaliação contínua o aluno é avaliado através da realização de um trabalho prático (individual ou em grupo) e de uma prova escrita. O aluno que não opte pela avaliação contínua, realizará um exame final, acrescido de um trabalho individual. Assim, os alunos poderão ser avaliados em dois momentos alternativos:

1. Avaliação Contínua --> Realização de um Trabalho Individual ou em Grupo e Respetiva Apresentação (Plano de Marketing B2B) + Prova escrita = (50%+50%).

2. Avaliação Final --> Realização de um Trabalho Individual (Plano de Marketing B2B) + Prova escrita (exame) = (30%+70%).

A aprovação à unidade curricular está condicionada às seguintes situações: obtenção de uma nota mínima de 8 valores em cada componente de avaliação do trabalho e obtenção de uma média ponderada igual ou superior a 9,5 valores).

4.2.14. Avaliação (EN):

In continuous assessment, students are assessed through practical work (individual or group) and a written test. Students who do not opt for continuous assessment will take a final exam, plus an individual assignment. Thus, students can be assessed at two alternative times:

1. Continuous Assessment --> Individual or Group Work and Presentation (B2B marketing plan) + Written Test = (50%+50%).

2. Final Assessment --> Individual Assignment (B2B marketing plan) + Written Test (exam) = (30%+70%).

Passing the course is subject to the following: obtaining a minimum mark of 8 in each assessment component of the assignment and obtaining a weighted average of 9.5 or more.)

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

Os diferentes pontos explicitados no programa serão abordados numa perspetiva teórico-prática. Assim, complementarmente à exposição teórica dos temas (onde a informação será facultada a partir de uma variedade de fontes: bibliografia recomendada, artigos científicos, trabalhos escritos e apresentações audiovisuais) pretendem-se protagonizar práticas interrogativas e de análise crítica de casos práticos. Paralelamente proceder-se-á à realização de um trabalho individual ou em grupo, bem como ao acompanhamento tutorial aos alunos na realização do mesmo, no contexto da "aprendizagem baseada em problemas" anteriormente referenciada. Atendendo à pertinência do trabalho prático no âmbito das abordagens pedagógicas ativas, o mesmo estará presente nas diferentes épocas de avaliação (avaliação contínua ou avaliação por exame).

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

The different points explained in the syllabus will be approached from a theoretical-practical perspective. Thus, in addition to the theoretical exposition of the topics (where information will be provided from a variety of sources: recommended bibliography, scientific articles, written work and audiovisual presentations), the aim is to provide interrogative practice and critical analysis of practical cases. At the same time, individual or group work will be carried out, as well as tutorial support for students in carrying it out, in the context of the "problem-based learning" mentioned above. Given the relevance of practical work in the context of active pedagogical approaches, it will be present in the different assessment periods (continuous assessment or assessment by exam).

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (PT):

- Fotiadis, T., Lindgreen, A., Siomkos, G., Oberg, C., Folinas, D. (2023). *Industrial Marketing*. London, Sage.
- Wirtz, J., & Lovelock, C. (2021). *Services marketing: People, technology, strategy*. 9th ed. World Scientific.

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (EN):

- Fotiadis, T., Lindgreen, A., Siomkos, G., Oberg, C., Folinas, D. (2023). *Industrial Marketing*. London, Sage.
- Wirtz, J., & Lovelock, C. (2021). *Services marketing: People, technology, strategy*. 9th ed. World Scientific.

4.2.17. Observações (PT):

*Fotiadis, T., Lindgreen, A., Siomkos, G., Oberg, C., Folinas, D. (2023). *Industrial Marketing*. London, Sage, não existe no acervo do IPVC, não obstante foi já solicitada a sua aquisição.*

4.2.17. Observações (EN):

*Fotiadis, T., Lindgreen, A., Siomkos, G., Oberg, C., Folinas, D. (2023). *Industrial Marketing*. London, Sage, does not exist in the IPVC collection, although its acquisition has already been requested.*

Mapa III - Marketing Internacional

4.2.1. Designação da unidade curricular (PT):

Marketing Internacional

4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):

International Marketing

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (PT):

MeP

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (EN):

MeA

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (PT):

Semestral 2ºS

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (EN):

Semiannual 2nd S

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

162.0

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.5. Horas de contacto:

Presencial (P) - TP-45.0

4.2.6. % Horas de contacto a distância:

0.00%

4.2.7. Créditos ECTS:

6.0

4.2.8. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular:

• Álvaro Miguel da Costa Cairrão - 45.0h

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

[sem resposta]

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (PT):

- 1. Compreender e interpretar o funcionamento dos negócios internacionais*
- 2. Analisar o funcionamento dos mercados internacionais e o processo de internacionalização*
- 3. Saber elaborar um plano de internacionalização*
- 4. Desenvolver competências transversais que facilitem o estabelecimento da relação educativa e a promoção da aprendizagem e do desenvolvimento dos alunos em contexto profissional*

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (EN):

- 1. Understand and interpret the functioning of international business*
- 2. Analyze the functioning of international markets and the internationalization process*
- 3. Know how to draw up an internationalization plan*
- 4. Develop transversal skills that facilitate the establishment of an educational relationship and the promotion of student learning and development in a professional context*

4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):

- 1. Fundamentos dos Negócios Internacionais*
 - 1.1 Globalização, Localização, Glocalização*
 - 1.2 O caso português*
 - 1.3 O ambiente envolvente transacional e contextual dos negócios internacionais*
- 2. Internacionalização*
 - 2.1 Motivações*
 - 2.2 Etapas do processo de internacionalização*
 - 2.3 Seleção dos Países de Implantação*
 - 2.4 Processos de Decisão*
 - 2.5 Modos de entrada: Licenciamento, Franchising e Joint-Venture, Alianças Estratégicas, Contratos de Gestão, Investimento Direto no Estrangeiro*
- 3. Plano de Internacionalização*

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):

- 1. Fundamentals of International Business*
 - 1.1 Globalization, Localization, Glocalization*
 - 1.2 The Portuguese case*
 - 1.3 The transactional and contextual environment of international business*
- 2. Internationalization*
 - 2.1 Motivations*
 - 2.2 Stages of the internationalization process*
 - 2.3 Selection of Implementation Countries*
 - 2.4 Decision Processes*
 - 2.5 Entry modes: Licensing, Franchising and Joint-Venture, Strategic Alliances, Management Contracts, Direct Investment Abroad*
- 3. Internationalization Plan*

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE
em Funcionamento**4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):**

Os conteúdos lecionados dotarão os estudantes dos conceitos fundamentais para compreender a necessidade e pertinência do marketing internacional no processo global de uma empresa ou organização de outra natureza. Nesse sentido, relacionamos de forma coerente os seguintes conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem:

Conteúdo Programático (CP) 1 com os Objetivos (O) 1, 4;

CP 2 com O 2, 4;

CP3 com O 3, 4.

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

The content taught will provide students with the fundamental concepts to understand the need and relevance of international marketing in the global process of a company or organization of another nature. In this sense, we coherently relate the following syllabus to the learning objectives:

Program Content (CP) 1 with Objectives (O) 1, 4;

CP 2 with O 2, 4;

CP3 with O 3, 4.

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (PT):

Metodologia expositiva sobre os diferentes pontos do programa, articulada com metodologia heurística com práticas interrogativas, que apelam à participação dos alunos. Análise e discussão de casos com base na metodologia Flipped Classroom e Challenge Based Learning.

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (EN):

Expository methodology on the different points of the program, articulated with a heuristic methodology with interrogative practices, which call for student participation. Analysis and discussion of cases based on the Flipped Classroom and Challenge Based Learning methodology.

4.2.14. Avaliação (PT):

Os alunos poderão ser avaliados em dois momentos alternativos: avaliação contínua e avaliação por exame.

1. Avaliação Contínua

50% Teste escrito

2 Trabalhos de Grupo (20% + 30%).

2. Avaliação Não Contínua (Épocas Normal, Recurso ou Especial)

100% exame

Observações:

A aprovação à unidade curricular está condicionada às seguintes situações:

1- Obtenção de uma nota mínima de 7,5 valores em cada componente de avaliação.

2- Obtenção de uma média ponderada de todos os fatores de avaliação igual ou superior a 9,5 valores.

Eventuais situações de avaliação não previstas regem-se pelo Regulamento de Frequência e Avaliação do Aproveitamento dos estudantes adotado pela ESCE.

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.14. Avaliação (EN):

Students may be assessed at two alternative times: continuous assessment and assessment by exam.

1. Continuous Assessment

50% Written test

2 Group Works (20% + 30%).

2. Non-Continuous Assessment (Normal, Appeal or Special Seasons)

100% exam

Comments:

Approval of the curricular unit is subject to the following situations:

1- Obtaining a minimum grade of 7.5 in each assessment component.

2- Obtaining a weighted average of all evaluation factors equal to or greater than 9.5 values.

Any unforeseen assessment situations are governed by the Attendance and Assessment of Student Achievement Regulations adopted by ESCE.

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

O perfil de formação dos futuros licenciados por este ciclo de estudos conduzirá a profissionais qualificados, detentores de conhecimentos, capacidades e competências na sua área de formação. Para isso, e com vista à operacionalização dos objetivos da unidade curricular em referência, as metodologias de ensino adotadas: aulas expositivas, articulando-se a exposição teórica dos temas com práticas interrogativas; desafios relacionados com a metodologia Flipped Classroom e Challenge Based Learning possibilitam o desenvolvimento de competências técnicas que permitam os alunos tomar decisões do ponto de vista da comunicação integrada de marketing.

As metodologias indicadas no presente documento permitem aos alunos: Identificar a relação entre comunicação integrada de marketing e o marketing mix, bem como compreender a importância do marketing internacional para as empresas. Permitem ainda aferir o desenvolvimento do aluno no que tange às competências transversais adquiridas. Por outro lado, o acompanhamento tutorial possibilita ao docente a monitorização dos percursos formativos dos seus alunos em prol do sucesso pessoal e profissional destes.

Em resumo, a coerência entre os objetivos de aprendizagem, os conteúdos programáticos e as metodologias de avaliação é evidente, promovendo uma abordagem abrangente, prática e alinhada com as exigências do mundo real.

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

The training profile of future graduates from this study cycle will lead to qualified professionals, possessing knowledge, skills and competencies in their area of training. To this end, and with a view to operationalizing the objectives of the curricular unit in question, the teaching methodologies adopted: expository classes, articulating the theoretical exposition of themes with interrogative practices; Challenges related to the Flipped Classroom and Challenge Based Learning methodology enable the development of technical skills that allow students to make decisions from the point of view of integrated marketing communication.

The methodologies indicated in this document allow students to: Identify the relationship between integrated marketing communication and the marketing mix, as well as understand the importance of international marketing for companies. They also allow the student's development to be assessed in terms of transversal skills acquired. On the other hand, tutorial monitoring allows teachers to monitor their students' training paths in favor of their personal and professional success.

In summary, the coherence between the learning objectives, the syllabus and the assessment methodologies is evident, promoting a comprehensive, practical approach aligned with real-world requirements.

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE
em Funcionamento**4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (PT):**

Cardeal, Nuno (2014). *Pensamento Estratégico*, Lisboa, Universidade Católica
BARTLETT, C.A.; Ghoshal, S. (2004). *Transnational Management: Test, Cases and Readings in Cross-Border Management* (4ªed.). Boston: McGraw-Hill Irwin.
DANIELS, J.D.; Raderough, L.H. ; Sullivan, D. (2004). *International Business: Environments and Operations* (10ª ed.). New Jersey: Pearson Education, Inc.
David, F. ; David, F. e David, M. (2019). *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts and Cases*, 17th edition. Pearson: London
HILL, C. C. (2005). *International Business: Competing in the Global Market Place*. New York: McGraw-Hill Irwin.
HOFSTEDE, G. (1991). *Culture and Organizations, Software of the Mind: Intercultural Cooperation and its Importance for Survival*. London: McGraw-Hill.
PORTER, M.E. (1998). *The competitive Advantages of Nations*. New York: The Press Pres;
SILVA, S. C., PINHO, J. C, e MENESES, R. (2018) *Marketing Internacional-Negócios à escala global*, Actual Editora, Lisboa

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (EN):

Cardeal, Nuno (2014). *Pensamento Estratégico*, Lisboa, Universidade Católica
BARTLETT, C.A.; Ghoshal, S. (2004). *Transnational Management: Test, Cases and Readings in Cross-Border Management* (4ªed.). Boston: McGraw-Hill Irwin.
DANIELS, J.D.; Raderough, L.H. ; Sullivan, D. (2004). *International Business: Environments and Operations* (10ª ed.). New Jersey: Pearson Education, Inc.
David, F. ; David, F. e David, M. (2019). *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts and Cases*, 17th edition. Pearson: London
HILL, C. C. (2005). *International Business: Competing in the Global Market Place*. New York: McGraw-Hill Irwin.
HOFSTEDE, G. (1991). *Culture and Organizations, Software of the Mind: Intercultural Cooperation and its Importance for Survival*. London: McGraw-Hill.
PORTER, M.E. (1998). *The competitive Advantages of Nations*. New York: The Press Pres;
SILVA, S. C., PINHO, J. C, e MENESES, R. (2018) *Marketing Internacional-Negócios à escala global*, Actual Editora, Lisboa

4.2.17. Observações (PT):

[sem resposta]

4.2.17. Observações (EN):

[sem resposta]

Mapa III - Marketing Social e Não Lucrativo**4.2.1. Designação da unidade curricular (PT):**

Marketing Social e Não Lucrativo

4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):

Social and Non-Profit Marketing

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (PT):

MeP

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (EN):

MeA

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (PT):

Semestral 2ºS

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (EN):

Semiannual 2nd S

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

81.0

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE
em Funcionamento**4.2.5. Horas de contacto:**

Presencial (P) - TP-45.0

4.2.6. % Horas de contacto a distância:

0.00%

4.2.7. Créditos ECTS:

3.0

4.2.8. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular:

• Manuel José Serra da Fonseca - 45.0h

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

[sem resposta]

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (PT):

A presente unidade curricular visa colocar os alunos em contacto com os principais conceitos de marketing social e não lucrativo. No final da unidade curricular os alunos deverão ter capacidade para assimilar a terminologia e linguagem técnica utilizada no contexto do marketing social e não lucrativo e devem ser capazes de elaborar um plano de marketing social e não lucrativo. Objetivos específicos: identificar os objetivos e o âmbito do marketing social, compreendendo a sua diferenciação face ao marketing comercial, marketing sem fins lucrativos e marketing do sector público (O1); analisar os ambientes interno e externo em Marketing Social (O2); compreender o desenvolvimento de Estratégias de Marketing Social (O3); planejar, implementar, controlar e avaliar Programas de Marketing Social (O4).

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (EN):

This curricular unit aims to bring students into contact with the main concepts of social and non-profit marketing. At the end of the course, students should be able to assimilate the terminology and technical language used in the context of social and non-profit marketing and should be able to draw up a social and non-profit marketing plan. Specific objectives: identify the objectives and scope of social marketing, understanding its differentiation from commercial marketing, non-profit marketing and public sector marketing (O1); analyze the internal and external environments in Social Marketing (O2); understand the development of Social Marketing Strategies (O3); plan, implement, control and evaluate Social Marketing Programs (O4).

4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):

1. Noções e Fundamentos de Marketing Social
2. Análise do Ambiente Interno e Externo em Marketing Social
3. Definição de Necessidades, Opções de Pesquisa, Públicos, Objetivos e Metas em Marketing Social
4. Planeamento e estratégias em Marketing Social - STP e Marketing-Mix
5. Gestão de programas de Marketing Social

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):

1. Notions and Fundamentals of Social Marketing
2. Analysis of the Internal and External Environment in Social Marketing
3. Defining Needs, Research Options, Audiences, Objectives and Goals in Social Marketing
4. Planning and strategies in Social Marketing - STP and Marketing-Mix
5. Managing social marketing programs

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

CP1 --> O1
CP2 --> O2
CP3 --> O3; O4
CP4 --> O3; O4
CP5 --> O4

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

CP1 --> O1
CP2 --> O2
CP3 --> O3; O4
CP4 --> O3; O4
CP5 --> O4

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (PT):

As aulas permitem o enquadramento teórico-prático dos temas abordados e a conceptualização dirigida das várias temáticas desenvolvidas na UC, sendo fomentado o sentido crítico e autocrítico, bem como a prática de uma atitude ética em termos pessoais e profissionais. Promove-se o desenvolvimento, exposição e discussão crítica de casos e exercícios e estimula-se o reforço de capacidades analíticas. A participação nas aulas permite o desenvolvimento de competências de comunicação orais e escritas. Complementarmente os alunos adquirem aptidões diversas, como: capacidade de trabalho em equipa, capacidade para identificar e resolver problemas; organizar, planejar e programar tarefas; ter espírito de iniciativa; aplicação de conhecimentos (teóricos, técnicos e operacionais). É ainda facilitada a familiarização com terminologia de investigação em marketing social e não lucrativo; seleção e recolha de informação; pesquisa bibliográfica; identificação e referência das fontes de informação utilizadas; preparação de relatórios. Em sintonia com o modelo pedagógico do IPVC - que destaca as oportunidades de aprendizagem ativa, centradas no estudante - a natureza teórico-prática da UC está associada a um trabalho prático aplicado a uma instituição sem fins lucrativos, assente numa abordagem pedagógica de "Aprendizagem-Serviço". Esta abordagem visa combinar a aprendizagem académica com o serviço à comunidade por forma a que os estudantes se formem, pessoal e profissionalmente, a partir do trabalho com necessidades reais da comunidade. Nesta metodologia são valorizadas a participação ativa dos estudantes e dos membros da comunidade. Para além de otimizar a aprendizagem académica, esta abordagem visa incutir nos estudantes um sentido de envolvimento e responsabilidade cívica.

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (EN):

The lectures provide a theoretical and practical framework for the topics covered and a guided conceptualization of the various themes developed in the course, fostering a critical and self-critical sense, as well as the practice of an ethical attitude in personal and professional terms. The development, presentation and critical discussion of cases and exercises is promoted and the strengthening of analytical skills is encouraged. Participation in classes enables the development of oral and written communication skills. In addition, students acquire various skills, such as: teamwork, the ability to identify and solve problems; organizing, planning and scheduling tasks; taking initiative; applying knowledge (theoretical, technical and operational). It also facilitates familiarization with research terminology in social and non-profit marketing; selection and collection of information; bibliographical research; identification and referencing of the sources of information used; preparation of reports. In line with IPVC's pedagogical model - which emphasizes active, student-centered learning opportunities - the theoretical-practical nature of the course is associated with practical work applied to a non-profit institution, based on a "Service-Learning" pedagogical approach. This approach aims to combine academic learning with service to the community so that students are formed, personally and professionally, by working with the real needs of the community. This methodology values the active participation of students and community members. As well as optimizing academic learning, this approach aims to instil in students a sense of civic involvement and responsibility.

4.2.14. Avaliação (PT):

Na avaliação contínua o aluno é avaliado através da realização de um trabalho prático (individual ou em grupo) e de uma prova escrita. O aluno que não opte pela avaliação contínua, realizará um exame final, acrescido de um trabalho individual. Assim, os alunos poderão ser avaliados em dois momentos alternativos:

1. Avaliação Contínua --> Realização de um Trabalho Individual ou em Grupo e Respetiva Apresentação (Plano de Marketing Social) + Prova escrita = (50%+50%).

2. Avaliação Final --> Realização de um Trabalho Individual (Plano de Marketing Social) + Prova escrita (exame) = (30%+70%).

A aprovação à unidade curricular está condicionada às seguintes situações: obtenção de uma nota mínima de 8 valores em cada componente de avaliação do trabalho e obtenção de uma média ponderada igual ou superior a 9,5 valores).

4.2.14. Avaliação (EN):

In continuous assessment, students are assessed through practical work (individual or group) and a written test. Students who do not opt for continuous assessment will take a final exam, plus an individual assignment. Thus, students can be assessed at two alternative times:

1. Continuous Assessment --> Individual or Group Work and Presentation (Social Marketing Plan) + Written Test = (50%+50%).

2. Final Assessment --> Individual Assignment (Social Marketing Plan) + Written Test (exam) = (30%+70%).

Passing the course is conditional on the following: obtaining a minimum mark of 8 in each component of the work assessment and obtaining a weighted average of 9.5 or more.)

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

Os diferentes pontos explicitados no programa serão abordados numa perspetiva teórico-prática. Assim, complementarmente à exposição teórica dos temas (onde a informação será facultada a partir de uma variedade de fontes: bibliografia recomendada, artigos científicos, trabalhos escritos e apresentações audiovisuais) pretendem-se protagonizar práticas interrogativas e de análise crítica de casos práticos. Paralelamente proceder-se-á à realização de um trabalho individual ou em grupo, bem como ao acompanhamento tutorial aos alunos na realização do mesmo, no contexto da "aprendizagem-serviço" anteriormente referenciada. Atendendo à pertinência do trabalho prático no âmbito desta abordagem pedagógica ativa, o mesmo estará presente nas diferentes épocas de avaliação (avaliação contínua ou avaliação por exame).

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

The different points explained in the syllabus will be approached from a theoretical-practical perspective. Thus, in addition to the theoretical exposition of the topics (where information will be provided from a variety of sources: recommended bibliography, scientific articles, written work and audiovisual presentations), the aim is to provide interrogative practice and critical analysis of practical cases. At the same time, individual or group work will be carried out, as well as tutorial support for students in carrying it out, in the context of the "service-learning" mentioned above. Given the relevance of practical work in the context of active pedagogical approaches, it will be present in the different assessment periods (continuous assessment or assessment by exam).

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (PT):

Lee, N.; Kotler, P.; Colehour, J. (2023). *Social Marketing. Behavior Change for Good*. 7th ed. London: Sage Publications.
Hastings, G. & Domegan, C. (2023). *Social Marketing. Principles and Practice for Delivering Global Change*. 4th ed. New York: Routledge.
French, J. & Gordon, R. (2019). *Strategic Social Marketing for Behaviour and Social Change*. 2nd ed. London: Sage Publications.

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (EN):

Lee, N.; Kotler, P.; Colehour, J. (2023). *Social Marketing. Behavior Change for Good*. 7th ed. London: Sage Publications.
Hastings, G. & Domegan, C. (2023). *Social Marketing. Principles and Practice for Delivering Global Change*. 4th ed. New York: Routledge.
French, J. & Gordon, R. (2019). *Strategic Social Marketing for Behaviour and Social Change*. 2nd ed. London: Sage Publications.

4.2.17. Observações (PT):

[sem resposta]

4.2.17. Observações (EN):

[sem resposta]

Mapa III - Matemática

4.2.1. Designação da unidade curricular (PT):

Matemática

4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):

Mathematics

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (PT):

MES

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (EN):

MES

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (PT):

Semestral 1ºS

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE
em Funcionamento

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (EN):

Semiannual 1st S

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

162.0

4.2.5. Horas de contacto:

Presencial (P) - TP-60.0

4.2.6. % Horas de contacto a distância:

0.00%

4.2.7. Créditos ECTS:

6.0

4.2.8. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular:

• Helena Sofia Ferreira Rodrigues - 60.0h

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

[sem resposta]

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (PT):

- A. Operar com matrizes.*
- B. Resolver sistemas de equações lineares.*
- C. Reconhecer e caracterizar analiticamente uma vasta gama de funções reais de variável real.*
- D. Interpretar e aplicar do conceito de derivada.*
- E. Determinar e classificar os extremos de uma função real.*
- F. Resolver problemas de otimização com e sem restrições.*
- G. Aplicar software específico para a interpretação dos resultados.*
- H. Desenvolver capacidade de raciocínio lógico-dedutivo.*
- I. Analisar e formalizar informação para a resolução de problemas.*

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (EN):

- A. Operate with matrices.*
- B. Solve systems of linear equations.*
- C. Recognize and analytically characterize a wide set of real functions with one variable.*
- D. Interpret and apply the concept of derivative.*
- E. Determine and classify the extremes of a real function.*
- F. Solve optimization problems with and without constraints.*
- G. Apply specific software to interpret results.*
- H. Acquire logical deductive reasoning skills.*
- I. Analyze and formalize information to optimize the resolution of problems.*

4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):

- 1. Cálculo matricial e sistemas de equações lineares*
- 2. Funções reais de variável real*
- 3. Cálculo diferencial e otimização sem restrições*
- 4. Otimização linear com restrições*

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):

- 1. Matrix calculus and systems of linear equations*
- 2. Real functions of real variable*
- 3. Differential calculus and unconstrained optimization*
- 4. Linear optimization with constraints*

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

Os conteúdos programáticos incluídos na UC de Matemática são a base para a aprendizagem de outros conceitos e métodos lecionados nas várias UC do ciclo de estudos, razão pela qual esta UC se encontra no primeiro ano da licenciatura. Com estes conteúdos programáticos (CP) pretende-se proporcionar aos alunos a aquisição dos objetivos de aprendizagem (OA) estabelecidos para a UC. Os OA G, H e I são transversais a todos os CP. Os restantes OA são mais específicos de cada tema: CP1 - AO: A; B; CP2 - AO: C; CP3 - D, E, F; CP4 - AO: F.

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

The programmatic contents included in Mathematics are the basis for learning other concepts and methods taught in the various UCs of the study cycle, which is why this UC is in the first year of the degree. These program contents (PC) are intended to enable students to acquire the learning objectives (LO) established for the course. LO G, H and I are transversal to all PC. The remaining LO are more specific to each theme: PC1 - LO: A; B; PC2 - LO: C; PC3 - LO: D, E, F; PC4 - LO: F.

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (PT):

As aulas serão baseadas na exposição dos conceitos teóricos acompanhados pela resolução de exercícios. Será proposta aos alunos, em forma de trabalho colaborativo, a resolução de tarefas que permitam uma interiorização e compreensão dos conceitos abordados, baseados na metodologia Problem Based Learning e sempre que possível, serão apresentados problemas na área específica da licenciatura. No final do capítulo, haverá a oportunidade para promover um momento de gamificação, com o objetivo de simultaneamente promover a revisão dos conceitos e manter a motivação dos alunos pela UC. O recurso a software permitirá explorar alguns conceitos e promover a reflexão dos resultados possíveis de um problema.

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (EN):

Classes will be based on the exposition of theoretical concepts accompanied by the resolution of exercises. Students will be proposed, in the form of collaborative work, to solve tasks that allow an internalization and understanding of the concepts covered, based on the Problem Based Learning methodology and whenever possible, problems will be presented in the specific area of the degree. At the end of the chapter, there will be the opportunity to promote a gamification moment, with the aim of simultaneously promoting the review of concepts and maintaining students' motivation for the UC. Using software will allow you to explore some concepts and promote reflection on the possible results of a problem.

4.2.14. Avaliação (PT):

Avaliação contínua:
Componente Teórico-Prática - dois testes escritos, cada um com uma ponderação de 50% na Classificação Final. Questões aula ou trabalho em formato PBL poderão, opcionalmente, ter uma componente de majoração da classificação.
Avaliação em Épocas de Exame - Época normal / Época de Recurso / Época Especial:
Exame final.

4.2.14. Avaliação (EN):

Continuous evaluation:
- Theoretical-Practical Component - two written tests, each with a weight of 50% in the Final Classification.
Class or work questions in PBL format, optionally, may have a classification increase component.

Assessment in Exam Periods -Normal period / Appeal period / Special period:
Final exam.

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

A totalidade das aulas previstas para esta UC são de carácter teórico-prático. Sendo o objetivo geral da unidade curricular, proporcionar aos alunos o domínio dos principais conceitos algébricos e de cálculo, as metodologias propostas irão proporcionar aos alunos:

- aprendizagem direccionada sobre os temas;
- aquisição dos conceitos/métodos através da resolução dos exercícios propostos com e sem a aplicação de um software;
- desenvolvimento das capacidades de análise e de crítica face aos resultados.

A avaliação está de acordo com as metodologias de ensino apresentadas, dado que permite uma avaliação periódica dos vários temas que constituem os conteúdos programáticos da UC recorrendo a uma breve exposição teórica dos conceitos. Adicionalmente, a resolução de problemas, de forma individual ou colaborativamente, permite estruturar informação, analisar vários pontos de vista e promover o pensamento crítico em relação às soluções alcançadas.

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

All of the classes planned for this UC are theoretical-practical in nature. As the general objective of the course is to provide students with mastery of the main algebraic and calculation concepts, the proposed methodologies will provide students with:

- targeted learning on the topics;
- acquisition of concepts/methods through solving proposed exercises with and without the application of software;
- development of analysis and criticism skills in the face of results.

The assessment is in accordance with the teaching methodologies presented, as it allows a periodic assessment of the various themes that make up the UC's syllabus using a brief theoretical exposition of the concepts. Additionally, problem solving, individually or collaboratively, allows you to structure information, analyze various points of view and promote critical thinking in relation to the solutions achieved.

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (PT):

Beezer, R.A. (2015) *A First Course in Linear Algebra*. University of Puget Sound, 2015 (Open Textbook).
Dowling, E.T. *Cálculo para Economia, Gestão e Ciências Sociais*. Lisboa: McGraw-Hill, 1994.
Harshbarger, R. J. & Reynolds, J. J. *Matemática aplicada à administração, economia e ciências sociais e biológicas*. São Paulo: McGraw-Hill, 2006.
Kolman, B. & Hill, D. R. *Introdução à Álgebra Linear com aplicações*. Rio de Janeiro: LTC, 2006.
Nicholson, W.K. *Linear Algebra with Applications*, 2018. (Open Textbook)
Olivier, J.P *Business Math: a step-by-step handbook*, 2021 (Open Textbook)
Pedreira, C. E. & Posternak, R. *Álgebra Linear para cursos de economia*. Rio de Janeiro: Campus, 2003.
Tan, S.T. *Matemática aplicada à Administração e Economia*. São Paulo: Thomson Learning, 2014.

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (EN):

Beezer, R.A. (2015) *A First Course in Linear Algebra*. University of Puget Sound, 2015 (Open Textbook).
Dowling, E.T. *Cálculo para Economia, Gestão e Ciências Sociais*. Lisboa: McGraw-Hill, 1994.
Harshbarger, R. J. & Reynolds, J. J. *Matemática aplicada à administração, economia e ciências sociais e biológicas*. São Paulo: McGraw-Hill, 2006.
Kolman, B. & Hill, D. R. *Introdução à Álgebra Linear com aplicações*. Rio de Janeiro: LTC, 2006.
Nicholson, W.K. *Linear Algebra with Applications*, 2018. (Open Textbook)
Olivier, J.P *Business Math: a step-by-step handbook*, 2021 (Open Textbook)
Pedreira, C. E. & Posternak, R. *Álgebra Linear para cursos de economia*. Rio de Janeiro: Campus, 2003.
Tan, S.T. *Matemática aplicada à Administração e Economia*. São Paulo: Thomson Learning, 2014.

4.2.17. Observações (PT):

[sem resposta]

4.2.17. Observações (EN):

Mapa III - Métodos Quantitativos I

4.2.1. Designação da unidade curricular (PT):

Métodos Quantitativos I

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE
em Funcionamento

4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):

Quantitative Methods I

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (PT):

MES

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (EN):

MES

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (PT):

Semestral 2ºS

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (EN):

Semiannual 2nd S

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

162.0

4.2.5. Horas de contacto:

Presencial (P) - TP-60.0

4.2.6. % Horas de contacto a distância:

0.00%

4.2.7. Créditos ECTS:

6.0

4.2.8. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular:

• Helena Sofia Ferreira Rodrigues - 0.0h

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

[sem resposta]

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (PT):

*A. Classificar variáveis em estudo.**B. Aplicar as técnicas de estatística descritiva e análise exploratória de dados no estudo de um conjunto de dados e interpretar os resultados.**C. Compreender e aplicar conceitos básicos de probabilidades na avaliação de situações de incerteza**D. Aplicar as técnicas de inferência estatística e interpretar os resultados obtidos.**E. Identificar os modelos teóricos estudados em situações reais e calcular probabilidades associadas a esses modelos.**F. Estimar parâmetros populacionais recorrendo aos intervalos de confiança.**G. Analisar e interpretar com sentido crítico os resultados obtidos, elaborando um relatório adequado como ferramenta de suporte à tomada de decisão.**H. Utilizar um software estatístico*

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (EN):

*A. Classify variables.**B. Apply the techniques of descriptive statistics and exploratory data analysis to study a set of data and interpret the results.**C. Understand and apply basic probability concepts in the assessment of uncertain situations**D. Apply statistical inference techniques and interpret the results obtained.**E. Identify theoretical models studied in real situations and calculate probabilities associated with these models.**F. Estimate population parameters using confidence intervals.**G. Analyze and critically interpret the results obtained, preparing an appropriate report as a tool to support decision-making.**H. Use statistical software*

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):

1. Estatística Descritiva;
2. Teoria das Probabilidades;
3. Variáveis aleatórias;
4. Distribuições teóricas;
5. Intervalos de confiança.

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):

1. Descriptive statistics;
2. Probability theory;
3. Random variables
4. Theoretical probability distributions
5. Confidence intervals

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

Os conteúdos programáticos encontram-se organizados com uma sequência coerente e articulada. Pretende-se que o estudante ao desenvolver conhecimentos nesta unidade curricular seja capaz no final da mesma de distinguir os vários conceitos ligados à Estatística, analisar e interpretar os resultados da estatística e utilizar software de apoio à análise estatística de dados.

Nesse sentido os conteúdos programáticos (CP) estão articulados com a aquisição dos objetivos de aprendizagem (AO) específicos: CP1 - AO: A, B G; CP2 - AO: C; CP3 - AO: D; CP4 - AO: D, E; CP5 - AO: D, F, G.

Adicionalmente, o AO G é transversal a todos os CP.

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

The program contents are organized in a coherent and articulated sequence. It is intended that the student, when developing knowledge in this curricular unit, will be able, at the end of it, to distinguish the various concepts linked to Statistics, analyze and interpret statistical results and use software to support statistical data analysis.

In this sense, the programmatic contents (PC) are linked to the acquisition of specific learning objectives (LO): PC1 - LO: A, B G; PC2 - LO: C; PC3 - LO: D; PC4 - LO: D, E; PC5 - LO: D, F, G.

Additionally, the LO G is transversal to all PC.

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (PT):

As aulas serão baseadas na exposição dos conceitos teóricos acompanhados pela resolução de exercícios. Será proposta aos alunos, em forma de trabalho colaborativo, a resolução de tarefas que permitam uma interiorização e compreensão dos conceitos abordados, baseados na metodologia Problem Based Learning e sempre que possível, serão apresentados problemas na área específica da licenciatura.

Sempre que possível, o estudo será realizado com recurso ao software estatístico SPSS, em particular no capítulo 1, onde o estudo será focado em análise de bases de dados reais (WorldBank, União Europeia, INE, Pordata,...)

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (EN):

Classes will be based on the exposition of theoretical concepts accompanied by the resolution of exercises. Students will be proposed, in the form of collaborative work, to solve tasks that allow an internalization and understanding of the concepts covered, based on the Problem Based Learning methodology and whenever possible, problems will be presented in the specific area of the degree.

Whenever possible, the study will be carried out using SPSS statistical software, in particular in chapter 1, where the study will be focused on the analysis of real databases (WorldBank, European Union, INE, Pordata,...)

4.2.14. Avaliação (PT):

Avaliação contínua:

Componente Teórico-Prática - dois testes escritos, cada um com uma ponderação de 50% na Classificação Final. Questões aula ou trabalho em formato PBL poderão, opcionalmente, ter uma componente de majoração da classificação.

Avaliação em Épocas de Exame - Época normal / Época de Recurso / Época Especial:

Exame final

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.14. Avaliação (EN):

Continuous evaluation:

- Theoretical-Practical Component - two written tests, each with a weight of 50% in the Final Classification.
Class or work questions in PBL format, optionally, may have a classification increase component.

Assessment in Exam Periods -Normal period / Appeal period / Special period:

Final exam.

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

As aulas teórico-prático permitem por um lado introduzir conceitos teóricos associados aos diversos temas e por outro perceber a forma como estes conceitos podem ser aplicados em contextos reais.

A avaliação periódica permite acompanhar e corrigir os problemas e combater as dificuldades apresentadas pelos alunos ao longo das aulas.

A análise de bases de dados, de forma individual ou colaborativamente, permite estruturar informação, analisar vários pontos de vista e promover o pensamento crítico em relação à apresentação e interpretação dos resultados.

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

Theoretical-practical classes allow, on the one hand, to introduce theoretical concepts associated with different themes and, on the other hand, to understand how these concepts can be applied in real contexts.

Periodic assessment allows you to monitor and correct problems and combat difficulties presented by students throughout classes.

Database analysis, individually or collaboratively, allows you to structure information, analyse various points of view and promote critical thinking in relation to the presentation and interpretation of results.

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (PT):

Guimarães, R., & Cabral, J. Estatística. Mcgraw-Hill, 2010.

Holmes, L., Illowsky, B., Dean, S. Introductory Business Statistics. OpenStax, 2017 (Open TextBook).

Maroco, J. Análise Estatística com utilização do SPSS. Edições Sílabo, 2018.

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

Pedrosa, A. C., Gama, S. M. A.; Introdução computacional à probabilidade e estatística: Com Excell. Porto Editora, 2016.

Pinheiro, J., Cunha, S. & Carvajal, S. Estatística Básica: A arte de trabalhar com dados. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

Sarty, G.E. Introduction to Applied statistics for Psychology Students. University of Saskatchewan, 2022 (Open Textbook).

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (EN):

Guimarães, R., & Cabral, J. Estatística. Mcgraw-Hill, 2010.

Holmes, L., Illowsky, B., Dean, S. Introductory Business Statistics. OpenStax, 2017 (Open TextBook).

Maroco, J. Análise Estatística com utilização do SPSS. Edições Sílabo, 2018.

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

Pedrosa, A. C., Gama, S. M. A.; Introdução computacional à probabilidade e estatística: Com Excell. Porto Editora, 2016.

Pinheiro, J., Cunha, S. & Carvajal, S. Estatística Básica: A arte de trabalhar com dados. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

Sarty, G.E. Introduction to Applied statistics for Psychology Students. University of Saskatchewan, 2022 (Open Textbook).

4.2.17. Observações (PT):

[sem resposta]

4.2.17. Observações (EN):

[sem resposta]

Mapa III - Métodos Quantitativos II

4.2.1. Designação da unidade curricular (PT):

Métodos Quantitativos II

4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):

Quantitative Methods II

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE
em Funcionamento

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (PT):

MES

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (EN):

MES

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (PT):

Semestral 1ºS

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (EN):

Semiannual 1st S

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

162.0

4.2.5. Horas de contacto:

Presencial (P) - TP-60.0

4.2.6. % Horas de contacto a distância:

0.00%

4.2.7. Créditos ECTS:

6.0

4.2.8. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular:

• Florbela Maria da Cruz Domingues Correia - 60.0h

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

[sem resposta]

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (PT):

1. Conhecer ferramentas da estatística multivariada e as condições necessárias à sua aplicação;
2. Conhecer a correta aplicação de diversos testes de hipóteses e devidas conclusões;
3. Analisar relações lineares entre variáveis dependentes e independentes, que permitam fazer previsões e estimativas;
4. Estimar fatores que resumam a informação contida num conjunto de variáveis.

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (EN):

1. Know multivariate statistics tools and the conditions required for their application;
2. Know the correct application of the various hypothesis tests and conclusions;
3. Analyze linear relationships between dependent and independent variables;
4. Estimate principal components/factors.

4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):

1. Testes paramétricos
2. Testes não paramétricos
3. Correlação e Regressão linear (simples e múltipla)
4. Análise Fatorial

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):

1. Parametric tests
2. No parametric tests
3. Correlation and Linear Regression (simple and multiple)
4. Factor Analysis

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

Os dois primeiros objetivos da UC serão trabalhados ao longo de todos os capítulos do programa. O capítulo 3 procurará dar resposta ao objetivo três, assim como o quarto objetivo será trabalhado no capítulo 4.

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

The first two objectives of the UC will be worked on throughout all chapters of the program. Chapter 3 will seek to respond to objective three, just as the fourth objective will be addressed in

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (PT):

As aulas desta unidade curricular são de carácter teórico-prático. O ensino será suportado na resolução de exercícios com recurso ao software estatístico SPSS, permitindo um melhor conhecimento prático das temáticas e a sua aplicação em situações futuras. Ao longo do semestre serão realizadas questões de aula, que permitirão a autoavaliação de conhecimento, bem como se recorrerá pontualmente à metodologia de aula invertida com o objetivo da autoprocure do saber.

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (EN):

The classes in this curricular unit are theoretical-practical in nature. Teaching will be supported by solving exercises using SPSS statistical software, allowing for better practical knowledge of the topics and their application in future situations. Throughout the semester, class questions will be asked, which will allow self-assessment of knowledge, as well as occasional use of the flipped class methodology with the aim of self-searching for knowledge.

4.2.14. Avaliação (PT):

Os alunos poderão ser avaliados em dois momentos alternativos: ao longo do semestre ou em exame final. A avaliação ao longo do semestre é composta por duas frequências, com uma ponderação de 50% cada. A classificação em cada frequência não poderá ser inferior a 7,5 valores (numa escala de 0 a 20 valores). A avaliação por exame é constituída por uma prova individual escrita. Fica aprovado à unidade curricular o estudante que obtiver uma classificação final igual ou superior a 10 valores (numa escala de 0 a 20 valores) em qualquer um dos momentos de avaliação previstos.

4.2.14. Avaliação (EN):

Students may be assessed at two alternative times: throughout the semester or in a final exam. Assessment throughout the semester consists of two frequencies, with a weighting of 50% each. The classification for each frequency cannot be less than 7.5 values (on a scale of 0 to 20 values). Assessment by exam consists of an individual written test. Students who obtain a final classification equal to or greater than 10 points (on a scale of 0 to 20 points) in any of the scheduled evaluation moments are approved for the curricular unit.

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

As aulas teórico-prático permitem por um lado introduzir conceitos teóricos associados aos diversos temas e por outro perceber a forma como estes conceitos podem ser aplicados em contextos reais. A avaliação periódica permite acompanhar e corrigir os problemas e combater as dificuldades apresentadas pelos alunos ao longo das aulas. As aulas invertidas permitem desenvolver competências de pesquisa, que poderá ser colaborativa, ao mesmo tempo que permite trabalhar o pensamento crítico e a capacidade de gestão de tempo.

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

Theoretical-practical classes allow, on the one hand, to introduce theoretical concepts associated with different themes and, on the other hand, to understand how these concepts can be applied in real contexts. Periodic assessment allows you to monitor and correct problems and combat difficulties presented by students throughout classes. Flipped classes allow you to develop research skills, which can be collaborative, while also allowing you to work on critical thinking and time management skills.

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (PT):

Campo alfanumérico (1000 caracteres)

Análise Estatística com o SPSS Statistics, João Marôco, Edições Sílabo (2014)

Estatística Aplicada à Gestão Empresarial, Adriano Leal Bruni, Editora Atlas S.A. (2013)

Estatística Multivariada Aplicada, Elizabeth Reis, Edições sílabo (2006)

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (EN):

Campo alfanumérico (1000 caracteres)

Análise Estatística com o SPSS Statistics, João Marôco, Edições Sílabo (2014)

Estatística Aplicada à Gestão Empresarial, Adriano Leal Bruni, Editora Atlas S.A. (2013)

Estatística Multivariada Aplicada, Elizabeth Reis, Edições sílabo (2006)

4.2.17. Observações (PT):

[sem resposta]

4.2.17. Observações (EN):

[sem resposta]

Mapa III - Novas Tendências de Marketing

4.2.1. Designação da unidade curricular (PT):

Novas Tendências de Marketing

4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):

New Marketing Trends

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (PT):

MeP

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (EN):

MeA

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (PT):

Semestral 2ºS

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (EN):

Semiannual 2nd S

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

162.0

4.2.5. Horas de contacto:

Presencial (P) - TP-45.0

4.2.6. % Horas de contacto a distância:

0.00%

4.2.7. Créditos ECTS:

6.0

4.2.8. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular:

• Álvaro Miguel da Costa Cairrão - 15.0h

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

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

- Jorge Manuel Esparteiro Garcia - 15.0h
- Paula Cristina Ribeiro de Oliveira - 15.0h
- Pedro Miguel Fonseca Moreira de Carvalho - 15.0h

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (PT):

1. Compreender a realidade envolvente de uma organização que opera na indústria turística
2. Compreender as complexidades envolvidas na formulação de um produto turístico
3. Entender o que é o neuromarketing e a sua utilidade
4. Determinar as ferramentas tecnológicas capazes de obter informação não voluntária sobre os consumidores
5. Conhecer e identificar as particularidades e dimensões do luxo
6. Conhecer a tipologia e comportamentos do consumidor do luxo, principais mercados, categorias, principais produtos/serviços de luxo e particularidade marketing mix de produtos
7. Dominar as métricas de marketing digital e o seu uso na avaliação, gestão e preparação de campanhas de marketing digital
8. Saber desenvolver estratégia de marketing de conteúdo para as redes sociais
9. Utilizar instrumentos de apoio às decisões de marketing, no contexto do meio digital, turismo, neuromarketing e mercados de luxo.

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (EN):

1. Understand the surrounding reality of an organization operating in the tourism industry
2. Understand the complexities involved in formulating a tourism product
3. Understand what neuromarketing is and its usefulness
4. Determine the technological tools capable of obtaining non-voluntary information about consumers
5. Know and identify the particularities and dimensions of luxury
6. Understand the typology and behaviors of the luxury consumer, main markets, categories, main luxury products/services and particular marketing mix of products
7. Master digital marketing metrics and their use in evaluating, managing and preparing digital marketing campaigns
8. Know how to develop a content marketing strategy for social media
9. Use instruments to support marketing decisions, in the context of the digital environment, tourism, neuromarketing and luxury markets.

4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):

1. Marketing Digital (MD)
 - 1.1 Introdução ao marketing e à estratégia digital
 - 1.2 Marketing-Mix digital
 - 1.3 Consumidor digital e as novas gerações de consumidores
 - 1.4 Métricas e análises
 - 1.5 Estratégias de marketing nas redes sociais
 - 1.6 Utilização de ferramentas online para gestão de redes sociais
 - 1.7 Novas tendências em MD
2. Marketing Turístico: Conceitos fundamentais
 - 2.1 O turismo e a indústria turística
 - 2.2 Motivações
 - 2.3 Turismo: lazer e negócios
 - 2.4 Procura turística: fatores condicionantes da sua distribuição
 - 2.5 Oferta turística
 - 2.6 Produto e atração turística
 - 2.7 Rede turística
 - 2.9 Co-criação de valor no turismo
3. Neuromarketing
 - 3.1 Conceptualização de Neuromarketing: das Neurociências ao Neuromarketing
 - 3.2 Funcionamento do cérebro
 - 3.3 Técnicas de medição neurofisiológicas
 - 3.4 Tipos de neuromarketing
4. Marketing do Luxo
 - 4.1 Especificidades e confusões do luxo
 - 4.2 Dimensões do luxo
 - 4.3 Consumo e geografias do luxo
 - 4.4 Branding e marketing mix do luxo

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):

1. Digital Marketing (MD)
 - 1.1 Introduction to marketing and digital strategy
 - 1.2 Digital Marketing-Mix
 - 1.3 Digital consumer and new generations of consumers
 - 1.4 Metrics and analytics
 - 1.5 Social media marketing strategies
 - 1.6 Use of online tools for social media management
 - 1.7 New trends in MD
2. Tourism Marketing: Fundamental concepts
 - 2.1 Tourism and the tourist industry
 - 2.2 Motivations
 - 2.3 Tourism: leisure and business
 - 2.4 Tourist demand: factors conditioning its distribution
 - 2.5 Tourist offer
 - 2.6 Product and tourist attraction
 - 2.7 Tourist network
 - 2.9 Co-creation of value in tourism
3. Neuromarketing
 - 3.1 Conceptualization of Neuromarketing: from Neurosciences to Neuromarketing
 - 3.2 Brain functioning
 - 3.3 Neurophysiological measurement techniques
 - 3.4 Types of neuromarketing
4. Luxury Marketing
 - 4.1 Specificities and confusions of luxury
 - 4.2 Dimensions of luxury
 - 4.3 Consumption and geographies of luxury
 - 4.4 Branding and marketing mix of luxury

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

Os conteúdos lecionados dotarão os estudantes dos conceitos fundamentais para compreender a necessidade e pertinência das novas tendências de marketing no processo global de uma empresa ou organização de outra natureza. Nesse sentido, relacionamos de forma coerente os seguintes conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem:

Conteúdo Programático (CP) 1 com os Objetivos (O) 7, 8, 9:

CP 2 com O 1, 2, 9;

CP 3 com O 3, 4, 9;

CP 4 com O 5, 6, 9.

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

The content taught will provide students with the fundamental concepts to understand the need and relevance of new marketing trends in the global process of a company or organization of another nature. In this sense, we coherently relate the following syllabus to the learning objectives:

Program Content (CP) 1 with Objectives (O) 7, 8, 9:

CP 2 with O 1, 2, 9;

CP 3 with O 3, 4, 9;

CP 4 with O 5, 6, 9.

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (PT):

Metodologia expositiva sobre os diferentes pontos do programa, articulada com metodologia heurística com práticas interrogativas, que apelam à participação dos alunos. Análise e discussão de casos com base na metodologia Flipped Classroom e Challenge Based Learning.

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (EN):

Expository methodology on the different points of the program, articulated with a heuristic methodology with interrogative practices, which call for student participation. Analysis and discussion of cases based on the Flipped Classroom and Challenge Based Learning methodology.

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.14. Avaliação (PT):

Os alunos poderão ser avaliados em dois momentos alternativos: avaliação contínua e avaliação por exame.

1. Avaliação Contínua

2 Testes escritos (50% + 50%)

2. Avaliação Não Contínua (Épocas Normal, Recurso ou Especial)

100% exame

Observações:

A aprovação à unidade curricular está condicionada às seguintes situações:

1- Obtenção de uma nota mínima de 7,5 valores em cada componente de avaliação.

2- Obtenção de uma média ponderada de todos os fatores de avaliação igual ou superior a 9,5 valores.

Eventuais situações de avaliação não previstas regem-se pelo Regulamento de Frequência e Avaliação do Aproveitamento dos estudantes adotado pela ESCE.

4.2.14. Avaliação (EN):

Students may be assessed at two alternative times: continuous assessment and assessment by exam.

1. Continuous Assessment

2 Written tests (50% + 50%)

2. Non-Continuous Assessment (Normal, Appeal or Special Seasons)

100% exam

Comments:

Approval of the curricular unit is subject to the following situations:

1- Obtaining a minimum grade of 7.5 in each assessment component.

2- Obtaining a weighted average of all evaluation factors equal to or greater than 9.5 values.

Any unforeseen assessment situations are governed by the Attendance and Assessment of Student Achievement Regulations adopted by ESCE.

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

O perfil de formação dos futuros licenciados por este ciclo de estudos conduzirá a profissionais qualificados, detentores de conhecimentos, capacidades e competências na sua área de formação. Para isso, e com vista à operacionalização dos objetivos da unidade curricular em referência, as metodologias de ensino adotadas: aulas expositivas, articulando-se a exposição teórica dos temas com práticas interrogativas; desafios relacionados com a metodologia Flipped Classroom e Challenge Based Learning possibilitam o desenvolvimento de competências técnicas que permitam os alunos tomar decisões do ponto de vista das novas tendências de marketing.

As metodologias indicadas no presente documento permitem aos alunos: Identificar as novas tendências de marketing, bem como compreender a sua importância no processo de decisão da estratégia. Permite ainda aferir o desenvolvimento do aluno no que tange às competências transversais adquiridas. Por outro lado, o acompanhamento tutorial possibilita ao docente a monitorização dos percursos formativos dos seus alunos em prol do sucesso pessoal e profissional destes.

Em resumo, a coerência entre os objetivos de aprendizagem, os conteúdos programáticos e as metodologias de avaliação é evidente, promovendo uma abordagem abrangente, prática e alinhada com as exigências do mundo real.

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE
em Funcionamento**4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):**

The training profile of future graduates from this study cycle will lead to qualified professionals, possessing knowledge, skills and competencies in their area of training. To this end, and with a view to operationalizing the objectives of the curricular unit in question, the teaching methodologies adopted: expository classes, combining the theoretical exposition of themes with interrogative practices; Challenges related to the Flipped Classroom and Challenge Based Learning methodology enable the development of technical skills that allow students to make decisions from the point of view of new marketing trends.

The methodologies indicated in this document allow students to: Identify new marketing trends, as well as understand their importance in the strategy decision-making process. They also allow the student's development to be assessed in terms of transversal skills acquired. On the other hand, tutorial monitoring allows teachers to monitor their students' training paths in favor of their personal and professional success.

In summary, the coherence between the learning objectives, the syllabus and the assessment methodologies is evident, promoting a comprehensive, practical approach aligned with real-world requirements.

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (PT):

Belch, G. & Belch, M. (2023). Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective (13th Edition). McGraw-Hill.
Baynast, A., Lendrevie, J., Lévy, J., Dionísio, P. and Rodrigues, J.V (2021). Mercator 25 anos: o Marketing na Era Digital (18ª ed.). Kotler, P., Bowen, J. T., Makens, J. C. & Baloglu, S. (2016). Marketing for Hospitality and Tourism (7th ed.). Essex: Pearson Education Limited.
Morrison, M. A. (2018). Marketing and Managing Tourism Destinations (2nd ed.). New York: Routledge
Lee, N. R., & Kotler, P. (2019). Social marketing: behavior change for social good. SAGE Publications.
Lindstrom, M. (2008). Buyology: Truth and Lies About Why We Buy. US: Doubleday
Kotler, P., Kartajaya, S. and Setiawan, I. (2021). Marketing 5.0 - Tecnologia para a Humanidade. Lisboa: Conjuntura Actual Editora
Wittig, M. C., et al. (2017). Rethinking luxury, 2ª edição, Lid Publishing Ltd

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (EN):

Belch, G. & Belch, M. (2023). Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective (13th Edition). McGraw-Hill.
Baynast, A., Lendrevie, J., Lévy, J., Dionísio, P. and Rodrigues, J.V (2021). Mercator 25 anos: o Marketing na Era Digital (18ª ed.). Kotler, P., Bowen, J. T., Makens, J. C. & Baloglu, S. (2016). Marketing for Hospitality and Tourism (7th ed.). Essex: Pearson Education Limited.
Morrison, M. A. (2018). Marketing and Managing Tourism Destinations (2nd ed.). New York: Routledge
Lee, N. R., & Kotler, P. (2019). Social marketing: behavior change for social good. SAGE Publications.
Lindstrom, M. (2008). Buyology: Truth and Lies About Why We Buy. US: Doubleday
Kotler, P., Kartajaya, S. and Setiawan, I. (2021). Marketing 5.0 - Tecnologia para a Humanidade. Lisboa: Conjuntura Actual Editora
Wittig, M. C., et al. (2017). Rethinking luxury, 2ª edição, Lid Publishing Ltd

4.2.17. Observações (PT):

[sem resposta]

4.2.17. Observações (EN):

[sem resposta]

Mapa III - Organização de Empresas**4.2.1. Designação da unidade curricular (PT):**

Organização de Empresas

4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):

Business Organization

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (PT):

CEM

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE
em Funcionamento

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (EN):

BS

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (PT):

Semestral 1ºS

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (EN):

Semiannual 1st S

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

162.0

4.2.5. Horas de contacto:

Presencial (P) - TP-39.0

Assíncrona a distância (AD) - TP-3.0

Síncrona a distância (SD) - TP-3.0

4.2.6. % Horas de contacto a distância:

13.33%

4.2.7. Créditos ECTS:

6.0

4.2.8. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular:

• Manuel Joaquim de Sousa Pereira - 45.0h

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

[sem resposta]

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (PT):

Pretende-se colocar os alunos em contacto com os principais conceitos da organização de empresas proporcionando uma visão integrada e completa das diferentes áreas da gestão e das problemáticas das organizações no contexto atual e para o futuro. Os seus principais objetivos são:

- 1- Descrever e analisar os conceitos básicos, fatores e as envolvências inerentes ao funcionamento e gestão das organizações;
- 2- Definir e contextualizar diagnósticos estratégicos em contexto organizacional;
- 3- Desenvolver competências de avaliação crítica de problemas de gestão reais e propor estratégias adequadas;
- 4- Aplicar os conhecimentos na resolução de casos práticos;
- 5 - Desenvolver competências transversais que facilitem o estabelecimento da relação educativa e a promoção da aprendizagem e do desenvolvimento dos alunos em contexto profissional.

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (EN):

The aim is to put students in contact with the main concepts of business organization, providing an integrated and complete view of the different areas of management and organizational issues in the current context and for the future. Its main objectives are:

- 1- Describe and analyze the basic concepts, factors, and involvement inherent to the functioning and management of organizations.
- 2- Define and contextualize strategic diagnoses in an organizational context.
- 3- Develop critical assessment skills of real management problems and propose appropriate strategies.
- 4- Apply knowledge to solve practical cases;
- 5 - Develop transversal skills that facilitate the establishment of an educational relationship and the promotion of student learning and development in a professional context.

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):

1. Introdução à gestão

Contexto; funções; departamentalização; estruturas organizacionais atuais e futuras

2. Conceito de Organização e Gestão

Níveis de gestão; tipologias; evolução da gestão; responsabilidade social e sustentabilidade; evolução futura

3. Planeamento e processos de decisão

Planeamento estratégico, tático e operacional, tipologias estratégicas; a Ferramentas de análise estratégica;

4. Organização

Processo de gestão; estruturas nas organizações; tomada de decisão e incerteza; técnicas de decisão em grupo

5. Direção

A função de direção; motivação e liderança; comunicação e cultura organizacional

6. Controlo

Função e processo de controlo; perspetivas na gestão; objetivos e instrumentos

7. Desafios à gestão

Gestão: do capital humano; da inovação e sustentabilidade; da Internacionalização

8. Tecnologia e Inovação na Organização

Impacto da tecnologia; gestão da inovação; transformação digital; seminários e orientação tutorial

9. Desenvolvimento Projeto Integrado Leaders for the Future

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):

1. Introduction to management

Context; functions; departmentalization; current and future organizational structures

2. Organization and Management Concept

Management levels; typologies; evolution of management; social responsibility and sustainability; future evolution

3. Planning and decision processes

Strategic, tactical and operational planning, strategic typologies; a Strategic analysis tools;

4. Organization

Management process; structures in organizations; decision making and uncertainty; group decision techniques

5. Direction

The steering function; motivation and leadership; communication and organizational culture

6. Control

Control function and process; perspectives on management; objectives and instruments

7. Challenges to management: of human capital; innovation and sustainability; of Internationalization

8. Technology and Innovation in the Organization

Impact of technology; innovation management; digital transformation

9. Development Integrated Project Leaders for the Future

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

Os conteúdos programáticos referidos nos pontos 1 e 2 proporcionam ao aluno os conceitos essenciais do contexto da gestão, referidos no (objetivo 1); os conteúdos referidos no ponto 3 permitirão desenvolver diagnósticos estratégicos, mediante a identificação das fontes de informação, dos modelos e metodologias, assinaladas no (objetivo 2). Os conteúdos referidos nos pontos 4 e 5 apresentam processos, técnicas e ferramentas de organização de empresas, colocados no (objetivo 3). Os conteúdos referidos nos 6, 7 e 8 referem-se às ferramentas de controlo estratégico, casos reais, e situações concretas, de modo a assegurar o bom desempenho da gestão estratégica, alinhados com o (objetivo 4). Todos conteúdos programáticos se relacionam com objetivo 5 na perspetiva do desenvolvimento das competências transversais dos alunos. O conteúdo 9 relaciona-se com todos os objetivos na perspetiva da realização da tarefa do Projeto Integrado.

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

The syllabus referred to in points 1 and 2 provide the student with the essential concepts of the management context, referred to in (objective 1); the contents referred to in point 3 will allow the development of strategic diagnoses, through the identification of information sources, models and methodologies, highlighted in (objective 2). The contents referred to in points 4 and 5 present processes, techniques and tools for organizing companies, placed in (objective 3). The contents referred to in 6, 7 and 8 refer to strategic control tools, real cases, and concrete situations, to ensure the good performance of strategic management, aligned with (objective 4). All program contents are related to objective 5 from the perspective of developing students' transversal skills. Content 9 relates to all objectives from the perspective of carrying out the Integrated Project task.

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (PT):

A metodologia de ensino visa garantir o acompanhamento do aluno de forma coerente ao longo do processo de aprendizagem, de modo a garantir uma aprendizagem ativa, experiencial e autêntica, sobre os conceitos, ferramentas e metodologias fundamentais da gestão estratégica e o conhecimento estratégico. Apresentação e discussão de artigos e estudos práticos, irá auxiliar os alunos a desenvolver as suas capacidades de comunicação e apreciação crítica dos temas abordados. As principais medidas são:

- 1- Problem-based learning (estimulando a pró-atividade e o desenvolvimento de competências pessoais e de grupo);
- 2- Design Thinking (colocando o aluno no centro do processo de criação procurando a sua compreensão e aplicação prática). Esta abordagem teórica-prática permitirá a aplicação dos conhecimentos e contribuirá para o desenvolvimento de habilidades e competências relevantes sobre a compreensão global e atual da organização de empresas.

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (EN):

The teaching methodology aims to ensure that the student is monitored in a coherent manner throughout the learning process, to guarantee an understanding of the fundamental concepts, tools and methodologies of strategic management and strategic knowledge. Presentation and discussion of articles and practical studies will help students develop their communication skills and critical appreciation of the topics covered. The main measures are:

- 1- Problem-based learning (stimulating proactivity and the development of personal and group skills);
2. Design Thinking (placing the student at the center of the creation process seeking understanding and practical application). This practical theoretical approach will allow the application of knowledge and contributing to the development of skills and competencies relevant to a global and current understanding of business organization.

4.2.14. Avaliação (PT):

Os alunos poderão optar por uma das seguintes duas modalidades de avaliação:

- A - Avaliação Contínua
- B - Avaliação por Exame

Opção A: Avaliação Contínua

50% - Prova escrita individual

50% - Tarefa do PI:

20% Apresentação Intermédia - Trabalho escrito + Apresentação e Defesa.

30% Apresentação Final: Trabalho escrito + Apresentação e Defesa.

O estudante que comparecer a todas as atividades do PI (salvo faltas devidamente justificadas por motivo atendível de acordo com o n.º 1 do art.º 5.º do Regulamento de Frequência e Avaliação do Aproveitamento dos Estudantes), terá uma bonificação de 2 valores na respetiva componente de avaliação. Estas atividades consistem em sessões de apresentação do PI, workshops, visitas de estudo, tardes de trabalho no PI e apresentações públicas.

A componente de avaliação assente no PI, contará para todas as épocas de exame se for em benefício do aluno.

Os respetivos trabalhos devem ser elaborados no template próprio correspondente à tarefa, e submetidos na página do PI (<http://comunidade.esce.ipv.pt/pii/>) nas datas definidas. A submissão em data posterior implica a penalização constante do regulamento do PI.

Nota: O projeto PI tem caráter de obrigatoriedade. No caso dos trabalhadores-estudantes que solicitem dispensa do PI, o docente poderá solicitar um trabalho equivalente aplicado ao seu contexto de trabalho ou a outra empresa (sugerida pelo docente), ou um trabalho diretamente relacionado com os conteúdos da UC.

Aspetos importantes:

O não cumprimento das datas de entrega do trabalho corresponde a uma avaliação de zero valores.

A aprovação à unidade curricular está condicionada às seguintes situações:

- a) Obtenção de uma nota mínima de 8 valores em cada momento de avaliação.
- b) Obtenção de uma média ponderada de todos os fatores de avaliação igual ou superior a 10 valores
- c) Assiduidade: No caso de regime de avaliação contínua - obrigatoriedade de frequência às aulas (75%).

Opção B: Avaliação por exame

Avaliação única:

50% exame escrito + 50% Tarefa do PI.

Nota: No caso dos alunos que obtiveram dispensa do PI, será validado o trabalho solicitado pelo docente. A informação sobre a estrutura do trabalho estará publicada no Moodle. Os alunos que optem pela avaliação em exame final têm de obter uma nota mínima de dez (10) valores para serem aprovados nesta U.C.

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.14. Avaliação (EN):

The syllabus will be approached from a theoretical-practical perspective, with references to the Portuguese or international reality whenever relevant. Case studies will be analysed during the lessons that encourage the development of skills and critical discussion.

Students may choose one of the following two types of assessment:

A - Continuous Assessment

B - Assessment by exam

Option A: Continuous Assessment

50% - Individual written test.

50% - Task of the PI:

20% Intermediate Presentation - Written Work + Presentation and Defense.

30% Final Presentation: Written Work + Presentation and Defense

-The student who attends all the activities of the PI (except for absences duly justified for an acceptable reason in accordance with paragraph 1 of article 5 of the Regulations for Attendance and Assessment of Student Achievement), will receive a bonus of 2 values in the respective evaluation component. These activities consist of PI presentation sessions, workshops, study visits, PI working afternoons and public presentations.

-The assessment component based on the PI will count for all exam periods if it is for the benefit of the student.

-The respective works must be prepared in the template corresponding to the task and submitted on the IP page (<http://comunidade.esce.ipv.pt/pii/>) on the defined dates. Submission later implies the penalty contained in the IP regulation.

Note: The PI project is mandatory. In the case of working students requesting an exemption from the PI, the instructor may request an equivalent assignment applied to their work context or to another company (suggested by the instructor), or a task directly related to the contents of the course.

Important aspects:

Failure to meet the work delivery dates corresponds to an assessment of zero values.

Approval of the curricular unit is subject to the following situations:

a) Obtaining a minimum grade of 8 values at each evaluation moment.

b) Obtaining a weighted average of all evaluation factors equal to or greater than 10 values

c) Assiduity: In the case of continuous assessment - mandatory attendance at classes (75%).

Option B: Assessment by exam

Single rating:

50% written exam + 50% PI assignment.

Note: In the case of students who have been granted an exemption from the PI, the work requested by the instructor will be validated.

Information regarding the structure of the assignment will be published on Moodle. Students who opt for the evaluation in a final exam must obtain a minimum grade of ten (10) values to be approved in this U.C.

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

A metodologia Problem-based learning pretende estimular a proatividade e o desenvolvimento de competências pessoais e de grupo dos alunos utilizando ferramentas de diagnóstico, planeamento estratégico, incorporando a sua relação com a missão, visão, objetivos de uma empresa em concreto, procurando assegurar uma contribuição efetiva para um bom desempenho empresarial (objetivo 1 e 2).

A metodologia Design Thinking tem como objetivo colocar o aluno no centro do processo de criação, incentivando o debate e análise crítica, fatores fundamentais, na aquisição de competências e habilidades relevantes para os atuais e futuros desafios da gestão das organizações (objetivos 3 e 4). Todas as metodologias de ensino e avaliação se relacionam com objetivo 5 na perspetiva do desenvolvimento das competências transversais dos alunos.

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

The Problem-based learning methodology aims to stimulate proactivity and the development of students' personal and group skills using diagnostic tools, strategic planning, incorporating their relationship with the mission, vision, objectives of a specific company, seeking to ensure an effective contribution to good business performance (objectives 1 and 2).

The Design Thinking methodology aims to place the student at the center of the creation process, encouraging debate and critical analysis, fundamental factors, in the acquisition of skills and abilities relevant to the current and future challenges of managing organizations (objectives 3 and 4). All teaching and assessment methodologies are related to objective 5 from the perspective of developing students' transversal skills.

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (PT):

Carvalho, L, Negas, M., Sousa, I. Bernardo, M. (2023). *Gestão das Organizações. Uma abordagem integrada e prospetiva*. 3ª Ed. Edições Sílabo.

Freire, A. (2020). *Estratégia: Criação de Valor Sustentável em Negócios Tradicionais e Digitais*. Lisboa. Bertrand Editora.

Mações, M. (2018), *Manual de Gestão Moderna - Teoria e prática*, 2ª Ed. Actual Editora.

Reis, F. (2020). *Manual de Gestão das Organizações - Teoria e Prática*. 2ª Ed. Edições Sílabo.

Sotomayor, A., Duarte, M., Rodrigues, J. (2021). *Princípios de Gestão das Organizações*. 4ª Ed. Rei dos Livros.

Teixeira, Sebastião (2013) *Gestão das Organizações*, 3ª Edição, Escolar Editora.

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (EN):

Carvalho, L, Negas, M., Sousa, I. Bernardo, M. (2023). *Gestão das Organizações. Uma abordagem integrada e prospetiva*. 3ª Ed. Edições Sílabo.

Freire, A. (2020). *Estratégia: Criação de Valor Sustentável em Negócios Tradicionais e Digitais*. Lisboa. Bertrand Editora.

Mações, M. (2018), *Manual de Gestão Moderna - Teoria e prática*, 2ª Ed. Actual Editora.

Reis, F. (2020). *Manual de Gestão das Organizações - Teoria e Prática*. 2ª Ed. Edições Sílabo.

Sotomayor, A., Duarte, M., Rodrigues, J. (2021). *Princípios de Gestão das Organizações*. 4ª Ed. Rei dos Livros.

Teixeira, Sebastião (2013) *Gestão das Organizações*, 3ª Edição, Escolar Editora.

4.2.17. Observações (PT):

Numa perspetiva de metodologia ativa baseada em projetos (Project Based Learning), a ESCE concebeu, em 2012, um projeto extracurricular designado Projeto Integrado - Leaders for the Future (PI), transversal a todas as licenciaturas e com Regulamento próprio. Ao longo dos 3 anos do curso, e através da aplicação dos conhecimentos e competências desenvolvidas no âmbito do plano de estudos, os alunos percorrem todo o processo empreendedor, desde a geração da ideia (produto ou serviço) até à apresentação do plano de negócio. Em termos metodológicos, o PI funciona em regime integrado nas UC relacionadas com as respetivas tarefas: os alunos desenvolvem tarefas ao longo de todos os semestres do curso, alocadas a UC pré-definidas no "Guião de Apoio ao Desenvolvimento" do PI. A presente UC é aquela a que está afeto o PI no 1º semestre do 1º ano da licenciatura.

4.2.17. Observações (EN):

Pursuing an active project-based methodology (Project Based Learning), in 2012, ESCE designed an extracurricular project called Integrated Project - Leaders for the Future (known by the acronym PI), transversal to all undergraduate degrees and abiding by its own Regulation. All over the 3 years of the course, and through the application of the knowledge and skills developed within the scope of the study plan, students go through the entire entrepreneurial process, from the breeding of the idea (product or service) to the presentation of the business plan. In methodological terms, the PI follows an integrated regime in the curricular units (CU) related to the respective tasks: students develop tasks throughout all semesters of the course, allocated to CU pre-defined in the PI's "Development Support Guide". This CU is the one to which the PI is assigned in the 1st semester of the 1st year of the bachelor's degree.

Mapa III - Pesquisa de mercado

4.2.1. Designação da unidade curricular (PT):

Pesquisa de mercado

4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):

Market research

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (PT):

CEM

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (EN):

BS

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (PT):

Semestral 2ºS

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (EN):

Semiannual 2nd S

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

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

162.0

4.2.5. Horas de contacto:

Presencial (P) - TP-54.0

Assíncrona a distância (AD) - TP-3.0

Síncrona a distância (SD) - TP-3.0

4.2.6. % Horas de contacto a distância:

10.00%

4.2.7. Créditos ECTS:

6.0

4.2.8. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular:

• Manuel Joaquim de Sousa Pereira - 60.0h

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

[sem resposta]

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (PT):

1. Compreender o conceito de pesquisa de mercado e a sua importância para as organizações;
2. Identificar as etapas do processo de pesquisa;
3. Assimilar a linguagem técnica utilizada na pesquisa de mercado;
4. Compreender os múltiplos domínios interdisciplinares (psicologia, a sociologia, a estatística, a economia e a gestão) e sua utilização numa pesquisa de mercado;
5. Elaborar metodologias qualitativas e quantitativas de análise ao mercado, tendo em conta o estudo em causa;
6. Identificar as várias etapas do processo de pesquisa determinando a dimensão da amostra e suas técnicas;
7. Implementar, de acordo com os objetivos da pesquisa, os métodos e técnicas mais adequadas para obter informação e dados relevantes para o mercado;
8. Desenvolver competências transversais que facilitem o estabelecimento da relação educativa e a promoção da aprendizagem e do desenvolvimento dos alunos em contexto profissional.

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (EN):

1. Understand the concept of market research and its importance for organizations;
2. Identify the stages of the research process;
3. Assimilate the technical language used in market research;
4. Understand the multiple interdisciplinary domains (psychology, sociology, statistics, economics and management) and their use in market research;
5. Develop qualitative and quantitative market analysis methodologies, taking into account the study in question;
6. Identify the various stages of the research process by determining the sample size and its techniques;
7. Implement, in accordance with the research objectives, the most appropriate methods and techniques to obtain relevant information and data for the market;
8. Develop transversal skills that facilitate the establishment of an educational relationship and the promotion of student learning and development in a professional context.

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):

1. Conceito de estudo de mercado, o processo de pesquisa e a sua relevância, tipo de estudos de mercado, aplicações das pesquisas de mercado.
2. Gestão de fontes de dados, fontes primárias e secundárias; fontes internas e externas.
3. Tipos de pesquisa, exploratória; descritiva; causal.
4. Formulação do problema e definição dos objetivos do estudo, conceção do processo de dimensão e amostra, definição do universo.
5. Construção de instrumentos de recolha de dados, tipos de instrumentos em estudos de campo, redação das questões, identificação, mensuração e tipos de escalas e finalização.
6. Métodos de recolha de dados, questionários, Observação, entrevistas em profundidade, grupos de foco.
7. Técnicas de análise e tratamento de dados, edição, codificação, tabulação, análise multivariada dos dados, construção do relatório e apresentação de resultados.
8. Desenvolvimento Projeto Integrado Leaders for the Future.

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):

1. Concept of market research, the research process and its relevance, type of market studies, applications of market research.
2. Management of data sources, primary and secondary sources; internal and external sources.
3. Types of research, exploratory; descriptive; causal.
4. Formulation of the problem and definition of study objectives, design of the dimension and sample process, definition of the universe.
5. Construction of data collection instruments, types of instruments in field studies, wording of questions, identification, measurement and types of scales and finalization.
6. Data collection methods, questionnaires, Observation, in-depth interviews, focus groups.
7. Data analysis and processing techniques, editing, coding, tabulation, multivariate data analysis, report construction and presentation of results.
8. Development Integrated Project Leaders for the Future.

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

Os conteúdos programáticos referidos nos pontos 1 e 2 proporcionam aos alunos os conceitos fundamentais e terminologia utilizada na pesquisa de mercado, referidos no (objetivo 1 e 2); os conteúdos colocados no ponto 3 e 4 abordam os tipos de metodologias associadas à pesquisa de mercado, formulação do problema e objetivo do estudo de mercado, estão em coerência com o (objetivo 3); os temas referidos no ponto 5, 6 e 7 relativos à construção dos instrumentos de recolha de dados, metodologias e técnicas de análise e tratamento de dados, estão em sintonia como o (objetivo 4). Todos conteúdos programáticos se relacionam com (objetivo 5) na perspetiva do desenvolvimento das competências transversais dos alunos. Os conteúdos programáticos referidos no ponto 8 relacionam-se com todos os objetivos.

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

The syllabus referred to in points 1 and 2 provide students with the fundamental concepts and terminology used in market research, referred to in (objective 1 and 2); the contents placed in points 3 and 4 address the types of methodologies associated with market research, formulation of the problem and objective of the market study, are in coherence with (objective 3); the themes referred to in points 5, 6 and 7 relating to the construction of data collection instruments, methodologies and techniques for data analysis and processing, are in line with (objective 4). All program contents are related to (objective 5) from the perspective of developing students' transversal skills. The program contents referred to in point 8 relate to all objectives.

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (PT):

A metodologia de ensino visa garantir o acompanhamento do aluno de forma coerente ao longo do processo de aprendizagem, de modo a garantir uma aprendizagem ativa, experiencial e autêntica, sobre os conceitos, ferramentas e metodologias fundamentais da pesquisa de mercado. Apresentação e discussão de artigos e estudos práticos, irá auxiliar os alunos a desenvolver as suas capacidades de comunicação e apreciação crítica dos temas abordados. As principais metodologias são:

- 1- Problem-based learning (estimulando a pró-atividade e o desenvolvimento de competências pessoais e de grupo);
- 2- Case study (os alunos procuram realizar atividades de análise, compreensão e aplicação dos conhecimentos adquiridos para resolver uma situação ou problema concreto, relativamente à pesquisa de mercado).

Esta abordagem teórica-prática permitirá a aplicação dos conhecimentos e contribuirá para o desenvolvimento de habilidades e competências relevantes sobre a compreensão global e atual do comportamento de compra.

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (EN):

The teaching methodology aims to ensure that the student is monitored consistently throughout the learning process, in order to guarantee active, experiential and authentic learning about the fundamental concepts, tools and methodologies of market research. Presentation and discussion of articles and practical studies will help students develop their communication skills and critical appreciation of the topics covered. The main methodologies are:

1- Problem-based learning (stimulating proactivity and the development of personal and group skills);

2- Case study (students seek to carry out analysis, understanding and application of acquired knowledge to solve a specific situation or problem, in relation to market research).

This theoretical-practical approach will allow the application of knowledge and will contribute to the development of relevant skills and competencies regarding the global and current understanding of purchasing behavior.

4.2.14. Avaliação (PT):

Os alunos poderão optar por uma das seguintes duas modalidades de avaliação:

A - Avaliação Contínua

B - Avaliação por Exame Final

Opção A: Avaliação Contínua

60% - Prova escrita individual

40% - Tarefa do PI: Apresentação Final: Trabalho escrito + Apresentação e Defesa.

-O estudante que comparecer a todas as atividades do PI (salvo faltas devidamente justificadas por motivo atendível de acordo com o nº 1 do art.º 5.º do Regulamento de Frequência e Avaliação do Aproveitamento dos Estudantes), terá uma bonificação de 2 valores na respetiva componente de avaliação. Estas atividades consistem em sessões de apresentação do PI, workshops, visitas de estudo, tardes de trabalho no PI e apresentações públicas.

-A componente de avaliação assente no PI, contará para todas as épocas de exame se for em benefício do aluno.

-Os respetivos trabalhos devem ser elaborados no template próprio correspondente à tarefa, e submetidos na página do PI (<http://comunidade.esce.ipv.pt/pii/>) nas datas definidas. A submissão em data posterior implica a penalização constante do regulamento do PI.

Nota: O projeto PI tem caráter de obrigatoriedade. No caso dos trabalhadores-estudantes que solicitem dispensa do PI, o docente poderá solicitar um trabalho equivalente aplicado ao seu contexto de trabalho ou a outra empresa (sugerida pelo docente), ou um trabalho diretamente relacionado com os conteúdos da UC.

Aspetos importantes:

O não cumprimento das datas de entrega do trabalho corresponde a uma avaliação de zero valores.

A aprovação à unidade curricular está condicionada às seguintes situações:

a) Obtenção de uma nota mínima de 8 valores em cada momento de avaliação.

b) Obtenção de uma média ponderada de todos os fatores de avaliação igual ou superior a 10 valores

Opção B: Avaliação por exame final

Avaliação única:

60% exame escrito + 40% Tarefa do PI.

Nota: No caso dos alunos que obtiveram dispensa do PI, será validado o trabalho solicitado pelo docente. A informação sobre a estrutura do trabalho estará publicada no Moodle. Os alunos que optem pela avaliação em exame final têm de obter uma nota mínima de dez (10) valores para serem aprovados nesta U.C.

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.14. Avaliação (EN):

Students may choose one of the following two assessment methods:

A - Continuous Assessment

B - Assessment by Final Exam

Option A: Continuous Assessment

60% - Individual written test

40% - PI Task: Final Presentation: Written work + Presentation and Defense.

-The student who attends all PI activities (except absences duly justified for an acceptable reason in accordance with no. 1 of article 5 of the Attendance and Student Achievement Assessment Regulations), will have a bonus of 2 values in the respective assessment component. These activities consist of PI presentation sessions, workshops, study visits, PI work afternoons and public presentations.

-The assessment component based on the PI will count towards all exam periods if it is for the benefit of the student.

-The respective works must be prepared in the specific template corresponding to the task, and submitted on the PI page (<http://comunidade.esce.ipvc.pt/pii/>) on the defined dates. Submission at a later date implies the penalty contained in the PI regulations.

Note: The PI project is mandatory. In the case of student workers who request exemption from PI, the teacher may request an equivalent work applied to their work context or another company (suggested by the teacher), or a work directly related to the contents of the UC.

Important aspects:

Failure to meet the work delivery dates corresponds to an assessment of zero values.

Approval of the curricular unit is subject to the following situations:

a) Obtaining a minimum grade of 8 points at each assessment point.

b) Obtaining a weighted average of all evaluation factors equal to or greater than 10 values

Option B: Assessment by final exam

Single assessment:

60% written exam + 40% PI task.

Note: In the case of students who were exempt from PI, the work requested by the teacher will be validated. Information about the structure of the work will be published on Moodle. Students who choose to be assessed in a final exam must obtain a minimum grade of ten (10) points to pass this U.C.

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

A metodologia Problem-based learning pretende estimular a proatividade e o desenvolvimento de competências pessoais e de grupo dos alunos utilizando dinâmicas e atividades de compreensão, análise e aplicação de conceitos e práticas relacionadas com a pesquisa de mercado, procurando assegurar uma contribuição efetiva para um bom desempenho empresarial (objetivo 1,2 e 3).

A metodologia Case Study permite realizar com os alunos atividades relativas ao processo da análise, interpretação e tomada de decisão e metodologias ao nível da pesquisa de mercado e de acordo com os temas abordados. Esta abordagem teórica-prática permitirá a aplicação dos conhecimentos e contribuirá para concretização e operacionalização referida no (objetivo 4). Todos as metodologias de ensino e avaliação se relacionam com (objetivo 5) na perspetiva do desenvolvimento das competências transversais dos alunos.

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

The Problem-based learning methodology aims to stimulate proactivity and the development of students' personal and group skills using dynamics and activities of understanding, analysis and application of concepts and practices related to market research, seeking to ensure an effective contribution to a good business performance (objectives 1,2 and 3).

The Case Study methodology allows students to carry out activities related to the analysis, interpretation and decision-making process and methodologies at the level of market research and in accordance with the topics covered. This theoretical-practical approach will allow the application of knowledge and will contribute to the implementation and operationalization referred to in (objective 4). All teaching and assessment methodologies are related to (objective 5) from the perspective of developing students' transversal skills.

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (PT):

Malhotra, N. (2001) *Pesquisa de Marketing, uma orientação aplicada*, 3ª edição, Ed, Bookman
Marôco, J. (2003). *Análise Estatística: com utilização do SPSS*. 2ª Ed. Lisboa, Sílabo
Oliveira, José (2012) *Marketing Research Vol 1 Investigação em Marketing Lisboa: Edições Sílabo*
Lopes, José (2007) *Fundamental dos Estudos de Mercado Lisboa: Edições Sílabo*
Reis E., Melo P., Andrade R., & Calapez T. (2001) *Estatística Aplicada*. Edições Sílabo, Lisboa, Portugal

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (EN):

Malhotra, N. (2001) *Pesquisa de Marketing, uma orientação aplicada*, 3ª edição, Ed, Bookman
Marôco, J. (2003). *Análise Estatística: com utilização do SPSS*. 2ª Ed. Lisboa, Sílabo
Oliveira, José (2012) *Marketing Research Vol 1 Investigação em Marketing Lisboa: Edições Sílabo*
Lopes, José (2007) *Fundamental dos Estudos de Mercado Lisboa: Edições Sílabo*
Reis E., Melo P., Andrade R., & Calapez T. (2001) *Estatística Aplicada*. Edições Sílabo, Lisboa, Portugal

4.2.17. Observações (PT):

Numa perspetiva de metodologia ativa baseada em projetos (Project Based Learning), a ESCE concebeu, em 2012, um projeto extracurricular designado Projeto Integrado - Leaders for the Future (PI), transversal a todas as licenciaturas e com Regulamento próprio. Ao longo dos 3 anos do curso, e através da aplicação dos conhecimentos e competências desenvolvidas no âmbito do plano de estudos, os alunos percorrem todo o processo empreendedor, desde a geração da ideia (produto ou serviço) até à apresentação do plano de negócio. Em termos metodológicos, o PI funciona em regime integrado nas UC relacionadas com as respetivas tarefas: os alunos desenvolvem tarefas ao longo de todos os semestres do curso, alocadas a UC pré-definidas no "Guião de Apoio ao Desenvolvimento" do PI. A presente UC é aquela a que está afeto o PI no 2º semestre do 2º ano da licenciatura.

4.2.17. Observações (EN):

Pursuing an active project-based methodology (Project Based Learning), in 2012, ESCE designed an extracurricular project called Integrated Project - Leaders for the Future (known by the acronym PI), transversal to all undergraduate degrees and abiding by its own Regulation. All over the 3 years of the course, and through the application of the knowledge and skills developed within the scope of the study plan, students go through the entire entrepreneurial process, from the breeding of the idea (product or service) to the presentation of the business plan. In methodological terms, the PI follows an integrated regime in the curricular units (CU) related to the respective tasks: students develop tasks throughout all semesters of the course, allocated to CU pre-defined in the PI's "Development Support Guide". This CU is the one to which the PI is assigned in the 2nd semester of the 2nd year of the bachelor's degree.

Mapa III - Princípios de Contabilidade

4.2.1. Designação da unidade curricular (PT):

Princípios de Contabilidade

4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):

Accounting principles

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (PT):

CEM

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (EN):

BS

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (PT):

Semestral 2ºS

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (EN):

Semiannual 2nd S

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

81.0

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.5. Horas de contacto:

Presencial (P) - TP-45.0

4.2.6. % Horas de contacto a distância:

0.00%

4.2.7. Créditos ECTS:

3.0

4.2.8. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular:

• Álvaro José da Silva - 45.0h

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

[sem resposta]

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (PT):

Os principais objetivos de aprendizagem da UC., visam a que os alunos sejam capazes de:

1. Enunciar os propósitos e objetivos da Contabilidade Financeira e do Relato Financeiro;
2. Identificar os organismos normalizadores e reguladores, bem como conhecer o respetivo enquadramento normativo nacional e internacional;
3. Identificar, reconhecer e mensurar eventos de natureza económica e financeira que estão sujeitos a tratamento contabilístico, relacionados com os conteúdos programáticos da unidade curricular;
4. Compreender e utilizar as demonstrações financeiras;
5. Conhecer e compreender os elementos básicos do mecanismo contábil, suas práticas e fundamentos teóricos;
6. Compreender a Contabilidade como sistema de informação

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (EN):

The main learning objectives of the UC are that students are able to:

1. To enumerate the purposes and objectives of financial accounting and financial reporting;
2. To identify the standardisation and regulatory Bodies, as well as to be acquainted with the national and international regulatory framework;
3. To identify, recognize and measure events of economic and financial nature that are subject to accounting treatment, as far as they relate to the syllabus contents of the curricular unit;
4. To understand and use financial statements;
5. To know and understand the basic elements of the accounting mechanism, its practices and theoretical foundations;
6. To understand accounting as an information system

4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):**1. ENQUADRAMENTO DA CONTABILIDADE FINANCEIRA:**

A Contabilidade Financeira: Conceito, Utentes e Obrigatoriedade - Regulação das Práticas Contabilísticas e Harmonização - Normas Nacionais e Internacionais de Contabilidade - Conjunto Completo de Demonstrações Financeiras - Estrutura Conceptual - O Balanço - Bases para a Apresentação das Demonstrações Financeiras - A Conta, o Código de Contas e o Registo Contabilístico

2. TRABALHO CONTABILÍSTICO CORRENTE DE ACORDO COM O SNC (SISTEMA DE NORMALIZAÇÃO CONTABILÍSTICA): - Inventários e Ativos Biológicos - IVA e Operações diversas com contas a receber e a pagar - Processamento de salários**3. OUTROS MAPAS E DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS:-** O Balancete - A Demonstração dos Resultados por Naturezas e seus conceitos**4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):****1. FINANCIAL ACCOUNTING FRAMEWORK:**

Financial Accounting: concept, users and obligatoriness Regulation of accounting practices and harmonization - National and International accounting standards- Full set of financial statements- Conceptual Framework - Balance Sheet - Financial reporting principles - The account, the Code of accounts and the accounting recording

2. CURRENT ACCOUNTING WORK IN ACCORDANCE WITH SNC (ACCOUNTING STANDARDS SYSTEM): - Inventories and biological assets- VAT and miscellaneous transactions with accounts receivable and accounts payable- Payroll**3. OTHER MAPS AND FINANCIAL STATEMENTS:-** The trial balance - The income statement and underlying concepts

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

Os conteúdos lecionados dotarão os estudantes dos conceitos fundamentais para compreenderem a importância da contabilidade na condução dos negócios de uma qualquer empresa, bem como, dota-los de conhecimentos para que sejam capazes de elaborar e interpretar as principais demonstrações financeiras contabilísticas. Nesse sentido, relacionamos de forma coerente os seguintes conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem:

Conteúdo Programático (CP) 1, com os Objetivos (O) 1, 2 e 3:

(CP) 2, com (O) 3, 4, 5 e 6;

(CP) 3, com (O) 4, 5 e 6;

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

The content taught will provide students with the fundamental concepts to understand the importance of accounting in conducting the business of any company, as well as providing them with knowledge so that they are capable of preparing and interpreting the main accounting financial statements. In this sense, we coherently relate the following syllabus to the learning objectives:

Program Content (CP) 1, with Objectives (O) 1, 2 and 3:

(CP) 2, with (O) 3, 4, 5 and 6;

(CP) 3, with (O) 4, 5 and 6;

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (PT):

Para a docência dos diversos conteúdos programáticos utiliza-se o método expositivo-ativo:

cada conteúdo é introduzido a partir de uma breve explanação teórica alicerçada em casos que simulam situações da prática contabilística relacionada, promovendo-se uma fusão natural entre a teoria e a prática; o objetivo é facilitar a aprendizagem num processo no qual os alunos têm um papel ativo por via da análise e resolução de aplicações práticas relacionadas, em contexto de aula e de estudo autónomo. Recorre-se ainda à ferramenta Kahoot com vista a potenciar a aprendizagem ativa. Antes de cada aula ser lecionada, é facultado aos alunos (via plataforma de e-learning, Moodle) o respetivo material de apoio para que este se familiarize previamente com o tema e melhor acompanhe as aulas.

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (EN):

For the lecturing of the various syllabus contents, the expositive-active method is employed: each content is introduced from a brief theoretical explanation based on cases that simulate situations of the related accounting practice, promoting a natural blend between theory and practice; the goal is to facilitate learning - a process in which students play an active role through the accomplishment of myriad practical assignments, both while at class and in their autonomous study. Furthermore, the Kahoot tool is employed in order to enhance active learning. Before each class is taught, students are provided (through the e-learning platform, Moodle) with the underlying material so they come to the lesson having got previously acquainted with the topics, besides being able to follow classes more easily.

4.2.14. Avaliação (PT):

Os alunos poderão ser avaliados em dois momentos alternativos: avaliação contínua e avaliação por exame. A avaliação contínua inclui as seguintes componentes:

2 testes escritos cobrindo temáticas distintas, não obstante o facto de que os conhecimentos e competências a desenvolver pelo estudante são cumulativos:

1.º Teste: 50%, sem nota mínima; 2.º Teste: 50%, com nota mínima de 8 valores

A avaliação por exame (época normal, época de recurso, época especial): Teste escrito: 100%

4.2.14. Avaliação (EN):

Students may be assessed at two alternative times: continuous assessment and assessment by exam. Continuous assessment includes the following components:

2 written tests covering different themes, despite the fact that the knowledge and skills to be developed by the student are cumulative:

1st Test: 50%, no minimum grade; 2nd Test: 50%, with a minimum grade of 8 values

Assessment by exam (normal season, appeal season, special season): Written test: 100%

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE
em Funcionamento**4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):**

O perfil de formação dos futuros licenciados por este ciclo de estudos conduzirá a profissionais qualificados, detentores de conhecimentos, capacidades e competências na sua área de formação. Para isso, e com vista à operacionalização dos objetivos da unidade curricular em referência, as metodologias de ensino adotadas: aulas expositivas, articulando-se a exposição teórica dos temas com práticas interrogativas; desafios relacionados com a metodologia Flipped Classroom possibilitam o desenvolvimento de competências técnicas que permitam os alunos tomar decisões do ponto de vista estratégico.

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

The educational profile of future graduates from this study cycle will lead to qualified professionals, possessing knowledge, skills and competencies in their area of education. To this end, and with a view to operationalizing the objectives of the curricular unit in question, the teaching methodologies adopted: expository classes, combining the theoretical exposition of themes with interrogative practices; Challenges related to the Flipped Classroom methodology enable the development of technical skills that allow students to make decisions from a strategic point.

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (PT):

Rodrigues, J. (2017). Sistema de Normalização Contabilística- SNC Explicado (6ª edição). Porto Editora.

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (EN):

Rodrigues, J. (2017). Sistema de Normalização Contabilística- SNC Explicado (6ª edição). Porto Editora.

4.2.17. Observações (PT):

Em observância do Modelo Pedagógico do IPVC, nomeadamente no que respeita à flexibilização curricular, acautelado o funcionamento da UC Princípios de Contabilidade com um número mínimo obrigatório de inscritos, os demais estudantes poderão substituir a referida UC por outra qualquer da oferta da IES, de qualquer área científica, com o mesmo número de ECTS, de acordo com a sua livre escolha. Assim, esta UC aqui criada representa o universo de escolhas possivelmente realizadas pelo estudante para substituir a UC Princípios de Contabilidade, e cujo número e tipologia de horas de contacto poderão variar. A ordem de inscrição é o único critério a considerar na alocação dos estudantes à UC Princípios de Contabilidade versus UC substituta.

4.2.17. Observações (EN):

In compliance with IPVC's Pedagogical Model, namely with regard to curricular flexibility, once safeguarded the operation of the CU Accounting Principles with a mandatory minimum number of enrollees, the remaining students may replace the CU with any other offered by the HEI, from any scientific area, with the same number of ECTS, according to their free choice. Thus, this CU hereby created represents the universe of choices possibly made by the students to replace the CU Accounting Principles, and whose number and typology of contact hours may vary. The order of enrolment is the only criterion to be considered in the allocation of students to the CU Accounting Principles versus the substitute CU.

Mapa III - Princípios de Finanças Empresariais**4.2.1. Designação da unidade curricular (PT):**

Princípios de Finanças Empresariais

4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):

Principles of Corporate Finance

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (PT):

CEM

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (EN):

BS

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (PT):

Semestral 1ºS

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (EN):

Semiannual 1st S

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

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

81.0

4.2.5. Horas de contacto:

Presencial (P) - TP-45.0

4.2.6. % Horas de contacto a distância:

0.00%

4.2.7. Créditos ECTS:

3.0

4.2.8. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular:

• João Paulo da Torre Veito - 45.0h

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

[sem resposta]

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (PT):

1. Compreender os principais instrumentos para obtenção de financiamentos a curto prazo.
2. Identificar os principais instrumentos para obtenção de financiamentos a médio e longo prazo.
3. Reconhecer as metodologias e compreender a importância da avaliação de investimentos financeiros.
4. Analisar a política de dividendos e compreender sua relevância no valor das empresas.
5. Caracterizar diversos modelos de avaliação de empresas e aplicá-los conforme as características específicas de cada empresa.
6. Demonstrar a habilidade de criar carteiras de investimento.
7. Calcular de forma competente o custo e a estrutura de capital das empresas.
8. Avaliar eficazmente opções financeiras.
9. Caracterizar fusões e aquisições, compreendendo os motivos por trás de sua realização.

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (EN):

1. Understand the main instruments for obtaining short-term financing.
2. Identify the key instruments for securing medium and long-term financing.
3. Recognize methodologies and comprehend the importance of financial investment evaluation.
4. Analyze dividend policies and grasp their significance in a company's value.
5. Describe various models for evaluating companies and apply them based on each company's specific characteristics.
6. Demonstrate the ability to create investment portfolios.
7. Competently calculate the cost and capital structure of companies.
8. Effectively assess financial options.
9. Characterize mergers and acquisitions, understanding the reasons behind their execution.

4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):

1. Conceitos-chave: Corporate Finance; Ferramentas necessárias em Finanças; A função objetivo
2. Decisões financeiras (ambientes certo e incerto)
3. Instrumentos de financiamento a curto prazo: Desconto de papel comercial; Desconto de livranças; Contas correntes caucionadas; Descoberto autorizado em conta de D.O.; Cartões de crédito
4. Instrumentos de financiamento a longo prazo
5. Avaliação de investimentos financeiros: Funções dos mercados financeiros, classificação e rentabilidade; Modelo de Mercado, oportunidades de investimento, fronteira eficiente, curva de indiferença e carteira ótima; CAPM e APT
6. Custo e Estrutura de capital das empresas: Introdução; Modelos de trade-off; Pecking order theory
7. Política de dividendos: Principais fatores da política de dividendos; Formas de pagamento de dividendos; O impacto da política de dividendos sobre o valor da empresa
8. Métodos de Avaliação de empresas
9. Opções financeiras
10. Fusões e aquisições

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):

1. Key concepts: Corporate Finance; Necessary tools in Finance; The objective function
2. Financial decisions (certain and uncertain environments)
3. Short-term financing instruments: Commercial paper discount; Discount on promissory notes; Escrowed current accounts; Authorized overdraft on D.O. account; Credit cards
4. Long-term financing instruments
5. Evaluation of financial investments: Functions of financial markets, classification and profitability; Market Model, investment opportunities, efficient frontier, indifference curve and optimal portfolio; CAPM and APT
6. Cost and capital structure of companies: Introduction; Trade-off models; Pecking order theory
7. Dividend policy: Main factors of dividend policy; Methods of paying dividends; The impact of dividend policy on company value
8. Company Valuation Methods
9. Financial options
10. Mergers and acquisitions

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

A coesão entre objetivos de aprendizagem e conteúdos é evidente nesta unidade curricular. Após abordar temas introdutórios nos capítulos 1 e 2, os capítulos 3 e 4 concentram-se na compreensão de instrumentos de financiamento a curto, médio e longo prazo. A análise da relevância da política de dividendos é aprofundada no capítulo 7, enquanto as habilidades de avaliação de empresas são cultivadas no capítulo 8. A criação de carteiras eficientes é explorada no capítulo 5, e a determinação competente do custo e estrutura de capital é centralizada no capítulo 6. O capítulo 9 oferece habilidades na avaliação de opções financeiras, e o capítulo 10 investiga modalidades de fusões e aquisições, esclarecendo seus motivos.

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

A Cohesion between learning objectives and content is evident in this curriculum unit. After addressing introductory themes in chapters 1 and 2, chapters 3 and 4 focus on understanding short, medium, and long-term financing instruments. The analysis of the relevance of dividend policy is deepened in chapter 7, while skills in evaluating companies are cultivated in chapter 8. The creation of efficient portfolios is explored in chapter 5, and competent determination of cost and capital structure is central in chapter 6. Chapter 9 provides skills in evaluating financial options, and chapter 10 investigates modes of mergers and acquisitions, elucidating their reasons.

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (PT):

A metodologia de ensino adotada baseia-se na aprendizagem baseada em problemas. Essa metodologia de ensino fomenta a resolução de problemas como um componente central do processo educativo. Ela incentiva a aplicação prática do conhecimento, promovendo a participação ativa dos alunos na identificação, análise e resolução de questões complexas. Dessa forma, a aprendizagem baseada em problemas contribui para o desenvolvimento de habilidades críticas, pensamento analítico e tomada de decisões, alinhando-se harmoniosamente aos objetivos e princípios do modelo pedagógico adotado.

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (EN):

The adopted teaching methodology is based on problem-based learning. This teaching approach encourages problem-solving as a central component of the educational process. It promotes the practical application of knowledge, fostering active student engagement in the identification, analysis, and resolution of complex issues. In this way, problem-based learning contributes to the development of critical skills, analytical thinking, and decision-making, aligning seamlessly with the objectives and principles of the adopted pedagogical model.

4.2.14. Avaliação (PT):

Os alunos poderão ser avaliados em dois momentos alternativos:

1. Em avaliação ao longo do semestre (contínua) ou exame final em época normal;
2. Em exame final época de recurso.

Na avaliação contínua os alunos terão de realizar duas frequências, com a ponderação de 50% cada, sendo que a nota mínima deverá ser igual ou superior a 8 (oito) valores. Para obtenção de aprovação à unidade curricular a média das frequências deverá ser igual ou superior 10 (dez) valores.

Os alunos não poderão apresentar uma assiduidade inferior a 75% das aulas previstas (estão excluídos desta situação os trabalhadores estudantes e outras situações previstas na lei).

Em qualquer um dos métodos de avaliação adotados, fica aprovado à unidade curricular o aluno que tenha obtido classificação final igual ou superior a 10 (dez) valores.

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.14. Avaliação (EN):

Students may be assessed at two alternative times:

- 1. In assessment throughout the semester (continuous) or final exam during normal times;*
- 2. In the final exam at the appeal stage.*

In continuous assessment, students will have to take two tests, with a weighting of 50% each, and the minimum grade must be equal to or greater than 8 (eight) values. To obtain approval for the curricular unit, the average frequency must be equal to or greater than 10 (ten) values.

Students will not be able to attend less than 75% of the scheduled classes (student workers and other situations provided for by law are excluded from this situation).

In any of the assessment methods adopted, students who have obtained a final classification equal to or greater than 10 (ten) values ??will be approved for the curricular unit.

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

A coesão entre a metodologia de ensino, os objetivos de aprendizagem e a avaliação é notável, proporcionando uma abordagem educacional integrada e eficaz.

A escolha da aprendizagem baseada em problemas destaca-se como uma abordagem pedagógica centrada na aplicação prática do conhecimento. Ao promover a resolução de questões complexas, esta metodologia estimula a participação ativa dos alunos, fomentando o desenvolvimento de habilidades críticas, pensamento analítico e tomada de decisões. Essa abordagem alinha-se consistentemente com os objetivos e princípios do modelo pedagógico adotado.

Os objetivos estabelecidos são transparentes, específicos e alinhados de forma integral com a metodologia escolhida. Cada objetivo visa desenvolver habilidades específicas, desde a compreensão dos instrumentos de financiamento até a capacidade de caracterizar fusões e aquisições. A progressão lógica dos objetivos reflete uma abordagem estruturada, incentivando uma compreensão abrangente e aprofundada do tema.

A estrutura de avaliação demonstra coesão com a metodologia e os objetivos propostos. A avaliação contínua, composta por duas frequências, propicia uma análise regular do desempenho dos alunos, estimulando a participação ativa ao longo do semestre. A média das frequências, associada à nota mínima de 8 valores, estabelece um critério consistente para aprovação. A opção entre avaliação contínua/periódica até o final de novembro oferece flexibilidade aos alunos, enquanto as regras claras para participar do exame final ou de recurso garantem uma abordagem justa e organizada.

Em síntese, a interconexão entre a metodologia, objetivos e avaliação cria um ambiente educacional coeso e propício ao desenvolvimento holístico dos alunos, respeitando e implementando os princípios pedagógicos estabelecidos.

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

The cohesion among teaching methodology, learning objectives, and assessment is remarkable, providing an integrated and effective educational approach. The choice of problem-based learning stands out as a pedagogical approach centered on the practical application of knowledge. By promoting the resolution of complex issues, this methodology encourages active student participation, fostering the development of critical skills, analytical thinking, and decision-making. This approach consistently aligns with the objectives and principles of the adopted pedagogical model.

The established objectives are transparent, specific, and fully aligned with the chosen methodology. Each objective aims to develop specific skills, from understanding short-term financing instruments to the ability to characterize mergers and acquisitions. The logical progression of objectives reflects a structured approach, encouraging a comprehensive and in-depth understanding of the subject.

The assessment structure demonstrates cohesion with the methodology and proposed objectives. Continuous assessment, consisting of two evaluations, allows for a regular analysis of students' performance, encouraging active participation throughout the semester. The average of the evaluations, combined with a minimum score of 8, establishes a consistent criterion for approval. The option between continuous/periodic assessment until the end of November provides flexibility for students, while clear rules for participating in the final or make-up exam ensure a fair and organized approach.

In summary, the interconnection among methodology, objectives, and assessment creates a cohesive educational environment conducive to the holistic development of students, respecting and implementing the established pedagogical principles.

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (PT):

Vieito, J P, Maquiera, C P (2022) Finanças Empresariais? Teoria e Prática, Escolar Editora, 3ª Edição

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (EN):

Vieito, J P, Maquiera, C P (2022) Finanças Empresariais? Teoria e Prática, Escolar Editora, 3ª Edição

4.2.17. Observações (PT):

[sem resposta]

4.2.17. Observações (EN):*[sem resposta]***Mapa III - Princípios de Marketing****4.2.1. Designação da unidade curricular (PT):***Princípios de Marketing***4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):***Marketing Principles***4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (PT):***MeP***4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (EN):***MeA***4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (PT):***Semestral 1ºS***4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (EN):***Semiannual 1st S***4.2.4. Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):***162.0***4.2.5. Horas de contacto:***Presencial (P) - TP-60.0***4.2.6. % Horas de contacto a distância:***0.00%***4.2.7. Créditos ECTS:***6.0***4.2.8. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular:***• Helena Maria da Silva Santos Rodrigues - 60.0h***4.2.9. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:***[sem resposta]***4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (PT):**

- 1. Dominar o conceito de Marketing e o seu contributo para as empresas/organizações;*
- 2. Compreender a perspetiva evolucionista e as envolvências do Marketing;*
- 3. Compreender o mercado e a sua segmentação*
- 4. Compreender o posicionamento como estratégia de Marketing;*
- 5. Saber como elaborar um plano estratégico de Marketing*
- 6- Aquisição de competências de comunicação e exposição escrita e oral*

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (EN):

1. *To master the concept of Marketing and its contribution to companies / organizations;*
2. *- Understand the evolutionary perspective and the implications of Marketing;*
3. *- Understand the market and segmentation*
4. *- Understanding the positioning as a Marketing strategy;*
5. *Know how to elaborate a strategic plan of Marketing.*
6. *Acquisition of written and oral communication and exposition skills.*

4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):

- 1 NOÇÕES E FUNDAMENTOS DE MARKETING:
- 2 O AMBIENTE DE MARKETING
- 3 SEGMENTAÇÃO E POSICIONAMENTO DE MARKETING
- 4 MARKETING OPERACIONAL: Marketing mix

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):

1. NOTIONS AND FUNDAMENTALS OF MARKETING
2. THE MARKETING ENVIRONMENT
3. SEGMENTATION AND POSITIONING OF MARKETING
4. MARKETING MIX

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

Contribuem para os objetivos de aprendizagem da unidade curricular de:

1. *Dominar o conceito de Marketing e o seu contributo para as empresas/organizações;*
2. *Compreender a perspetiva evolucionista e as envolvências do Marketing;*

Os seguintes conteúdos programáticos:

- 1 NOÇÕES E FUNDAMENTOS DE MARKETING:

Contribuem para os objetivos de aprendizagem da unidade curricular de:

3. *Compreender o mercado e a sua segmentação*
4. *Compreender o posicionamento como estratégia de Marketing;*

Os seguintes conteúdos programáticos:

- 3 SEGMENTAÇÃO E POSICIONAMENTO DE MARKETING

Contribuem para o objetivo de aprendizagem da unidade curricular de:

5. *Saber como elaborar um plano estratégico de Marketing*
- 6- *Aquisição de competências de comunicação e exposição escrita e oral*

Os seguintes conteúdos programáticos:

- 2 O AMBIENTE DE MARKETING
- 3 SEGMENTAÇÃO E POSICIONAMENTO DE MARKETING
- 4 MARKETING OPERACIONAL: Marketing mix

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

Contribute to the learning objectives of the course of:

1. Master the concept of Marketing and its contribution to companies/organizations;
2. Understand the evolutionary perspective and the implications of Marketing;

The following program contents:

1 MARKETING NOTIONS AND FUNDAMENTALS:

Contribute to the learning objectives of the course of:

3. Understand the market and its segmentation
4. Understand positioning as a Marketing strategy;

The following program contents:

3 MARKETING SEGMENTATION AND POSITIONING

They contribute to the learning objective of the course of:

5. Know how to develop a strategic Marketing plan
6. Acquisition of written and oral communication and exposition skills,

The following program contents:

2 THE MARKETING ENVIRONMENT

3 MARKETING SEGMENTATION AND POSITIONING

4 OPERATIONAL MARKETING: Marketing mix

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (PT):

- Exposição teórica
- Aula invertida
- Project Based Learning;
- Aprendizagem Autêntica (alunos terão contacto com problemas e contextos reais, na elaboração do trabalho de grupo)
- Case study approach nas aulas.

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (EN):

The methodology to be used in classes will favour active pedagogical approaches, such as:

- Flipped class
- Project Based Learning;
- Authentic Learning (students will have contact with real problems and contexts, when preparing group work)
- Case study approach in classes.

4.2.14. Avaliação (PT):

Os alunos poderão ser avaliados em dois momentos alternativos:

Na avaliação contínua o aluno é avaliado através da realização de um trabalho prático individual e de uma prova escrita. O aluno que não opte pela avaliação contínua realizará um exame final.

Assim:

1 - Avaliação Contínua

- Prova Escrita: 80%
- Trabalho prático aplicado a uma empresa: 20%

2 - Exame

- Prova Escrita: 100%

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.14. Avaliação (EN):

Students can be assessed in two alternative moments:

In the continuous assessment the student is evaluated through an individual practical assignment and a written test. The student who does not choose continuous assessment will take a final exam.

Like this:

1 - Continuous Assessment

- Written test: 80%

- Practical work applied to a company: 20%

2 - Exam

- Written test: 100%

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

As metodologias de ensino de:

- Project Based Learning;

-Authentic Learning (students will have contact with real problems and contexts, when preparing group work)

- Case study approach.

Colocação do aluno em contacto com a realidade empresarial para a realização do PI

Estas abordagens permitirão cumprir com os objetivos de aprendizagem de:

1. - Dominar o conceito de Marketing e o seu contributo para as empresas/organizações;

Fundamenta a metodologia de avaliação centrada na realização do trabalho PI

A metodologia de:

Exposição teórica e a aula invertida

proveem as bases para o objetivo de aprendizagem de:

1. Dominar o conceito de Marketing e o seu contributo para as empresas/organizações;

2. Compreender a perspetiva evolucionista e as envolvências do Marketing;

3. Compreender o mercado e a sua segmentação

4. Compreender o posicionamento como estratégia de Marketing;

5. Saber como elaborar um plano estratégico de Marketing

6- Aquisição de competências de comunicação e exposição escrita e oral

Fundamenta a utilização da prova de avaliação (cariz mais teórico)

A metodologia:

de Case study approach

provê as bases para o objetivo de aprendizagem de:

2. - Compreender a segmentação do mercado consumidor e o posicionamento como estratégia de Marketing;

Fundamenta a metodologia de avaliação centrada na realização do trabalho PI e da prova de avaliação

As metodologias:

-Authentic Learning (students will have contact with real problems and contexts, when preparing group work)

- Case study approach. através da redação do PI e apresentação oral, obrigatória, do mesmo que se concentra na realização do PI por parte dos alunos.

Provê as bases para o objetivo de aprendizagem de:

6- Aquisição de competências de comunicação e exposição escrita e oral

Fundamenta a metodologia de avaliação centrada na realização do trabalho prático.

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

Teaching methodologies:

- Project Based Learning;

-Authentic Learning (students will have contact with real problems and contexts, when preparing group work)

- Case study approach.

They will put the student in contact with the business reality to carry out the PI

These approaches will allow you to meet the learning objectives of:

1. To master the concept of Marketing and its contribution to companies / organizations;

It substantiates the evaluation methodology focused on carrying out PI work

The methodology of:

Theoretical exposition and the flipped class

provide the basis for the learning objective of:

1. To master the concept of Marketing and its contribution to companies / organizations;

2. - Understand the evolutionary perspective and the implications of Marketing;

3. - Understand the market and segmentation

4. - Understanding the positioning as a Marketing strategy;

5. Know how to elaborate a strategic plan of Marketing.

6. Acquisition of written and oral communication and exposition skills,

Justifies the use of the assessment test (more theoretical in nature)

The methodology:

Case study approach

Provides the basis for the learning objective of:

2. - Understand the evolutionary perspective and the implications of Marketing;

It substantiates the assessment methodology focused on carrying out the PI work and the assessment test

The methodologies:

-Authentic Learning (students will have contact with real problems and contexts, when preparing group work)

- Case study approach.

through the writing of the PI and mandatory oral presentation, which focuses on the completion of the PI by the students.

provide the basis for the learning objective of:

6. Acquisition of written and oral communication and exposition skills,

It substantiates the evaluation methodology focused on carrying out practical work

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (PT):

Baynast, A., Lendrevie, J., Lévy, J., Dionísio, P. & Rodrigues, V. (2018). Mercator 25 Anos - O Marketing na Era Digital. Lisboa, Dom Quixote.

LONDON, Denis; LENDREVIE, Jacques; DIONÍSIO, Pedro e RODRIGUES, Vicente (2000) Mercator 2000- Teoria e Prática do Marketing, Lisboa: Publicações Dom Quixote. KOTLER, Philip & ARMSTRONG, Gary (2010) Principles of Marketing, 13th Edition. New Jersey:

Pearson. Prentice Hall.

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (EN):

Baynast, A., Lendrevie, J., Lévy, J., Dionísio, P. & Rodrigues, V. (2018). Mercator 25 Anos - O Marketing na Era Digital. Lisboa, Dom Quixote.

LONDON, Denis; LENDREVIE, Jacques; DIONÍSIO, Pedro e RODRIGUES, Vicente (2000) Mercator 2000- Teoria e Prática do Marketing, Lisboa: Publicações Dom Quixote. KOTLER, Philip & ARMSTRONG, Gary (2010) Principles of Marketing, 13th Edition. New Jersey:

Pearson. Prentice Hall.

4.2.17. Observações (PT):

[sem resposta]

4.2.17. Observações (EN):

[sem resposta]

Mapa III - Projeto Final I

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE
em Funcionamento

4.2.1. Designação da unidade curricular (PT):

Projeto Final I

4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):

Final Project I

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (PT):

MeP

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (EN):

MeA

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (PT):

Semestral 1ºS

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (EN):

Semiannual 1st S

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

243.0

4.2.5. Horas de contacto:

Presencial (P) - TP-69.0

Assíncrona a distância (AD) - TP-3.0

Síncrona a distância (SD) - TP-3.0

4.2.6. % Horas de contacto a distância:

8.00%

4.2.7. Créditos ECTS:

9.0

4.2.8. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular:

• *Álvaro Miguel da Costa Cairrão - 30.0h*

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

• *Manuel Joaquim de Sousa Pereira - 15.0h*

• *Manuel José Serra da Fonseca - 30.0h*

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (PT):

- 1. Desenvolver competências técnicas para criação de empresas/negócios com aplicação dos modelos teóricos propostos em sala de aula.*
- 2. Fomentar uma capacidade analítica orientada para a resolução de problemas práticos relacionados com a elaboração do Plano de Negócios.*
- 3. Elaborar um Plano de Negócios.*
- 4. Desenvolver estratégias de marketing adequadas à proposta de criação de valor no Plano de Negócios.*
- 5. Fomentar a capacidade de criar candidaturas a programas e concursos de empreendedorismo e/ou apresentar a potenciais investidores.*
- 6. Desenvolver competências transversais que facilitem o estabelecimento da relação educativa e a promoção da aprendizagem e do desenvolvimento dos alunos em contexto de trabalho.*

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (EN):

1. Develop technical skills for creating companies/businesses by applying the theoretical models proposed in the classroom.
2. Foster an analytical capacity aimed at solving practical problems related to the preparation of the Business Plan.
3. Prepare a Business Plan.
4. Develop marketing strategies suited to the value creation proposal in the Business Plan.
5. Promote the ability to create applications for entrepreneurship programs and competitions and/or present them to potential investors.
6. Develop transversal skills that facilitate the establishment of an educational relationship and the promotion of student learning and development in a work context.

4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):

1. Noções e princípios de Empreendedorismo
2. Como elaborar um Plano de Negócios
3. Início do trabalho laboratorial-discussão e validação das ideias
4. Plano de Marketing Estratégico e Operacional
- 4.1 Ferramentas de análise: BMC, PESTAL, SWOT, Pesquisa de Mercado, 5 Forças de Porter
- 4.2 Proposta de valor e STP
- 4.3 Estratégia de marketing
- 4.4 Marketing-Mix e plano operacional
5. Acompanhamento dos trabalhos
6. Desenvolvimento Projeto Integrado Leaders for the Future

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):

1. Concepts and principles of Entrepreneurship
2. How to prepare a Business Plan
3. Beginning of laboratory work-discussion and validation of ideas
4. Strategic and Operational Marketing Plan
- 4.1 Analysis tools: BMC, PESTAL, SWOT, Market Research, Porter's 5 Forces
- 4.2 Value proposition and STP
- 4.3 Marketing strategy
- 4.4 Marketing-Mix and operational plan
5. Monitoring of work
6. Development Integrated Project Leaders for the Future

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

Os conteúdos lecionados dotarão os estudantes dos conceitos fundamentais para compreender a necessidade e pertinência da gestão estratégica de uma empresa ou organização de outra natureza através da elaboração de um Plano de Negócios, com enfoque nos conteúdos relacionados com o marketing. Nesse sentido, relacionamos de forma coerente os seguintes conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem:

Conteúdo Programático (CP) 1 com os Objetivos (O) 1, 4 e 5:

- CP 2 com O 1, 2, 3, 4, 5;
CP 3 com O 2, 3, 4, 5, 6;
CP 4 com O 1, 2, 3, 4, 6;
CP 5 com O 2, 3, 4, 6;
CP 6 com O 1, 2, 3, 4, 5, 6.

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

The content taught will provide students with the fundamental concepts to understand the need and relevance of the strategic management of a company or organization of another nature through the preparation of a Business Plan, focusing on content related to marketing. In this sense, we coherently relate the following syllabus to the learning objectives:

Program Content (CP) 1 with Objectives (O) 1, 4 and 5:

- CP 2 with O 1, 2, 3, 4, 5;
CP 3 with O 2, 3, 4, 5, 6;
CP 4 with O 1, 2, 3, 4, 6.

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (PT):

A metodologia de ensino baseia-se na aprendizagem orientada a projetos (Project Based Learning), englobando o planeamento, criação, desenvolvimento e avaliação de um projeto. Essa abordagem visa oferecer aos alunos uma experiência prática e participativa, desafiando-os a aplicar os conhecimentos adquiridos em situações reais e a criar negócios no futuro. Isso inclui a execução de atividades práticas, colaboração em grupo e a resolução de problemas concretos, proporcionando uma aprendizagem envolvente e diretamente aplicável ao contexto profissional.

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (EN):

The teaching methodology is based on project-oriented learning (Project Based Learning), encompassing the planning, creation, development and evaluation of a project. This approach aims to offer students a practical and participatory experience, challenging them to apply the knowledge acquired in real situations and create businesses in the future. This includes carrying out practical activities, group collaboration and solving concrete problems, providing engaging learning that is directly applicable to the professional context.

4.2.14. Avaliação (PT):

Os alunos poderão optar por duas modalidades de avaliação:

- 1. Avaliação contínua*
- 2. Avaliação não contínua*

1. Avaliação contínua

Relatório de Trabalho com apresentação e defesa oral da componente Marketing – 100%

2. Avaliação não contínua (épocas de exame)

Relatório de Trabalho com apresentação e defesa oral da componente Marketing – 100%

O desempenho do aluno em contexto de sala de aula, nomeadamente no que tange às competências transversais adquiridas, é componente de avaliação em cada um dos momentos referidos anteriormente.

A aprovação à unidade curricular implica a obtenção de uma nota igual ou superior a 9,5 valores, sendo que a classificação final coincide com a classificação obtida no trabalho final.

Observações:

- As provas em regime AC têm calendarização própria, a fixar na plataforma Moodle.*
 - O estudante que comparecer a todas as atividades do PI (salvo faltas devidamente justificadas por motivo atendível de acordo com o Regulamento de Frequência e Avaliação do Aproveitamento dos Estudantes em vigor) terá uma bonificação de 2 valores na respetiva componente de avaliação. Estas atividades consistem em sessões de apresentação do PI, workshops, visitas de estudo, tardes de trabalho no PI e apresentações públicas.*
 - A componente de avaliação assente no PI, contará para todas as épocas de exame se for em benefício do aluno.*
 - No caso dos trabalhadores estudantes que solicitem dispensa do PI, terá que ser realizado um trabalho equivalente aplicado ao seu contexto de trabalho ou a outra empresa que poderá ser sugerida pelo docente, com a mesma ponderação na nota final da unidade curricular.*
 - Os respetivos trabalhos devem ser elaborados no respetivo template correspondente à tarefa e submetidos na página do PI em (<http://comunidade.esce.ipv.pt/pii/>) nas datas definidas, a submissão em data posteriormente implica a penalização constante do regulamento do PI*
- Eventuais situações de avaliação não previstas regem-se pelo regulamento de avaliação adotado pela ESCE.*

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.14. Avaliação (EN):

Students can choose two assessment methods:

1. Continuous assessment
2. Non-continuous assessment

1. Continuous assessment

Work Report with presentation and oral defense of the Marketing component – 100%

2. Non-continuous assessment (exam periods)

Work Report with presentation and oral defense of the Marketing component – 100%

The student's performance in the classroom context, particularly with regard to the transversal skills acquired, is an assessment component at each of the moments mentioned above.

Approval of the curricular unit implies obtaining a grade equal to or greater than 9.5, with the final classification coinciding with the classification obtained in the final work.

Comments:

- AC tests have their own schedule, to be set on the Moodle platform.
- The student who attends all PI activities (except absences duly justified for reasonable reasons in accordance with the Attendance and Student Achievement Assessment Regulations in force) will have a bonus of 2 values in the respective assessment component. These activities consist of PI presentation sessions, workshops, study visits, PI work afternoons and public presentations.
- The assessment component based on the PI will count towards all exam periods if it is for the benefit of the student.
- In the case of student workers who request exemption from PI, equivalent work will have to be carried out applied to their work context or to another company that may be suggested by the teacher, with the same weighting in the final grade of the curricular unit.
- The respective works must be prepared in the respective template corresponding to the task and submitted on the PI page at (<http://comunidade.esce.ipv.pt/pii/>) on the defined dates, submission on a later date implies the penalty contained in the PI regulations. Any unforeseen evaluation situations are governed by the evaluation regulations adopted by ESCE.

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

A metodologia de ensino e avaliação demonstra uma coesão com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. Os objetivos, desde a elaboração estratégica à operacional de marketing são abordados de maneira abrangente nos conteúdos programáticos. A avaliação contínua, composta por relatório de projeto e apresentação oral, reflete diretamente a aplicação prática dos conhecimentos adquiridos, alinhando-se com os objetivos de marketing.

Os conteúdos programáticos, que incluem desde a importância do empreendedorismo, passando pela definição da estratégia de marketing até o desenvolvimento do Projeto Integrado Leaders for the Future, estão alinhados com a diversidade dos objetivos estabelecidos e com a tipologia da metodologia utilizada (Project Based Learning).

A avaliação, dividida entre avaliação contínua e não contínua, complementa efetivamente a abordagem dos objetivos. A ênfase na apresentação oral do relatório final, integrando as componentes de marketing e financeira, reflete a importância da comunicação eficaz, enquanto a avaliação contínua oferece uma visão holística do desempenho do aluno ao longo do curso.

A adaptação para trabalhadores-estudantes, exigindo um trabalho equivalente aplicado ao contexto de trabalho, evidencia a flexibilidade da abordagem para atender às diferentes necessidades dos estudantes.

Em resumo, a coerência entre os objetivos de aprendizagem, os conteúdos programáticos e as metodologias de avaliação é evidente, promovendo uma abordagem abrangente, prática e alinhada com as exigências do mundo real na elaboração de Planos de Negócio, na sua componente de marketing.

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

The teaching and assessment methodology demonstrates cohesion with the learning objectives of the curricular unit. The objectives, from strategic to operational marketing development, are covered comprehensively in the program contents. Continuous assessment, consisting of a project report and oral presentation, directly reflects the practical application of the knowledge acquired, aligning with marketing objectives.

The program contents, which include everything from the importance of entrepreneurship, through the definition of the marketing strategy to the development of the Leaders for the Future Integrated Project, are aligned with the diversity of the established objectives and the typology of the methodology used (Project Based Learning) .

Assessment, divided between continuous and non-continuous assessment, effectively complements the approach to objectives. The emphasis on the oral presentation of the final report, integrating marketing and financial components, reflects the importance of effective communication, while continuous assessment offers a holistic view of the student's performance throughout the course.

The adaptation for student workers, requiring equivalent work applied to the work context, highlights the flexibility of the approach to meet the different needs of students.

In short, the coherence between the learning objectives, the syllabus and the assessment methodologies is evident, promoting a comprehensive, practical approach aligned with real-world requirements in the preparation of Business Plans, in their marketing component.

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (PT):

Armani, D. (2009).. Como elaborar projetos?: guia prático para a elaboração e gestão de projetos sociais. Porto Alegre: Tomo editorial.
Baynast, B. [et. al]. (2018). Mercator 25 anos. Alfragide: Dom Quixote
Braidwood, B. et al. (2000). Start and run a profitable tour guiding business: part-time, full-time, at home, or abroad: your step-by-step business plan. Bellingham: Self-Counsel Press, cop.
Chevalier, M. & Mazzalovo, G. (2008). Luxury brand management: a world of privilege. USA: Jonh Wiley
GASPAR, Fernando (2009) O processo empreendedor e a criação de empresa de sucesso, Edições Sílabo.
Jordan, H., Neves, J. & Rodrigues, J. (2021). O controlo de gestão : ao serviço da estratégia e dos gestores. Lisboa: Áreas Editora
Moutinho, L.; Teixeira, N. & Zeferino, A. (2023). Marketing Futureland: antecipação e resposta ao futuro do Marketing. Lisboa: Lidel.
Kotler, P., Kartajaya, H. & Setiawan, I. (2021). Marketing 5.0 : technology for humanity. New Jersey: Wiley

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (EN):

Armani, D. (2009).. Como elaborar projetos?: guia prático para a elaboração e gestão de projetos sociais. Porto Alegre: Tomo editorial.
Baynast, B. [et. al]. (2018). Mercator 25 anos. Alfragide: Dom Quixote
Braidwood, B. et al. (2000). Start and run a profitable tour guiding business: part-time, full-time, at home, or abroad: your step-by-step business plan. Bellingham: Self-Counsel Press, cop.
Chevalier, M. & Mazzalovo, G. (2008). Luxury brand management: a world of privilege. USA: Jonh Wiley
GASPAR, Fernando (2009) O processo empreendedor e a criação de empresa de sucesso, Edições Sílabo.
Jordan, H., Neves, J. & Rodrigues, J. (2021). O controlo de gestão : ao serviço da estratégia e dos gestores. Lisboa: Áreas Editora
Moutinho, L.; Teixeira, N. & Zeferino, A. (2023). Marketing Futureland: antecipação e resposta ao futuro do Marketing. Lisboa: Lidel.
Kotler, P., Kartajaya, H. & Setiawan, I. (2021). Marketing 5.0 : technology for humanity. New Jersey: Wiley

4.2.17. Observações (PT):

Numa perspetiva de metodologia ativa baseada em projetos (Project Based Learning), a ESCE concebeu, em 2012, um projeto extracurricular designado Projeto Integrado - Leaders for the Future (PI), transversal a todas as licenciaturas e com Regulamento próprio. Ao longo dos 3 anos do curso, e através da aplicação dos conhecimentos e competências desenvolvidas no âmbito do plano de estudos, os alunos percorrem todo o processo empreendedor, desde a geração da ideia (produto ou serviço) até à apresentação do plano de negócio. Em termos metodológicos, o PI funciona em regime integrado nas UC relacionadas com as respetivas tarefas: os alunos desenvolvem tarefas ao longo de todos os semestres do curso, alocadas a UC pré-definidas no "Guião de Apoio ao Desenvolvimento" do PI. A presente UC é aquela a que está afeto o PI no 1º semestre do 3º ano da licenciatura.

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE
em Funcionamento**4.2.17. Observações (EN):**

From the perspective of an active methodology based on projects (Project Based Learning), ESCE designed, in 2012, an extracurricular project called Integrated Project - Leaders for the Future (PI), transversal to all degrees and with its own Regulations. Over the 3 years of the course, and through the application of the knowledge and skills developed within the scope of the study plan, students go through the entire entrepreneurial process, from generating the idea (product or service) to presenting the business plan. In methodological terms, the PI works in an integrated regime in the UCs related to the respective tasks: students develop tasks throughout all semesters of the course, allocated to the UC pre-defined in the PI's "Development Support Guide". This UC is the one to which the PI is assigned in the 1st semester of the 3rd year of the degree

Mapa III - Projeto Final II**4.2.1. Designação da unidade curricular (PT):**

Projeto Final II

4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):

Final Project II

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (PT):

CEM

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (EN):

BS

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (PT):

Semestral 2ºS

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (EN):

Semiannual 2nd S

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

162.0

4.2.5. Horas de contacto:

Presencial (P) - TP-69.0

Assíncrona a distância (AD) - TP-3.0

Síncrona a distância (SD) - TP-3.0

4.2.6. % Horas de contacto a distância:

8.00%

4.2.7. Créditos ECTS:

6.0

4.2.8. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular:

• João Paulo da Torre Vieito - 55.0h

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

• Álvaro Miguel da Costa Cairrão - 20.0h

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (PT):

1. Criar projeções realistas para 3-5 anos proporcionando uma visão abrangente do futuro financeiro.
3. Analisar custos operacionais, fixos e variáveis, e determinar o ponto de equilíbrio e margem de lucro.
4. Estabelecer e justificar margens de lucro para produtos/serviços, considerando preço, custos e expectativas de rentabilidade, fundamentando decisões para estabelecer preços.
5. Elaborar estratégias para garantir uma gestão eficaz dos fluxos de caixa, antecipando receitas e gerindo pagamentos.
6. Planear estrategicamente investimentos em ativos fixos.
7. Realizar avaliação abrangente da viabilidade financeira, considerando cenários e riscos, identificando desafios e ajustando estratégias para aumentar a resiliência financeira.
8. Utilizar métricas como VAL, TIR, Payback e Índice de Rentabilidade para calcular e comunicar retorno esperado sobre o investimento.
9. Fazer análise de risco do projeto, identificando e mitigando potenciais ameaças.

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (EN):

1. Create realistic 3-5 year projections providing a comprehensive view of your financial future.
3. Analyze operational costs, fixed and variable, and determine the break-even point and profit margin.
4. Establish and justify profit margins for products/services, considering price, costs and profitability expectations, supporting decisions to establish prices.
5. Develop strategies to ensure effective cash flow management, anticipating revenue and managing payments.
6. Strategically plan investments in fixed assets.
7. Carry out a comprehensive assessment of financial viability, considering scenarios and risks, identifying challenges and adjusting strategies to increase financial resilience.
8. Use metrics such as NPV, IRR, Payback and Profitability Index to calculate and communicate expected return on investment.
9. Carry out project risk analysis, identifying and mitigating potential threats.

4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):

1. Introdução à Análise de Projetos de Investimento.
2. Métodos de Avaliação Financeira de projetos de Investimento: VAL, TIR, Payback, Índice de Rentabilidade.
3. Análise de Risco em Projetos de Investimento.
4. Elaboração de Projeções Financeiras Realistas.
5. Análise de Custos Operacionais e Estabelecimento de Margens de Lucro.
6. Estratégias de Gestão de Fluxo de Caixa.
7. Planeamento Estratégico de Investimentos em Ativos Fixos.
8. Utilização de Métricas de Desempenho na Avaliação de Projetos.
9. Análise de risco de um projeto de investimento
10. Desenvolvimento Projeto Integrado Leaders for the Future.
11. Revisão final do projeto pela equipa de marketing

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):

1. Introduction to Investment Project Analysis.
2. Methods of Financial Evaluation of Investment Projects: NPV, IRR, Payback, Profitability Index.
3. Risk Analysis in Investment Projects.
4. Development of Realistic Financial Projections.
5. Analysis of Operational Costs and Establishment of Profit Margins.
6. Cash Flow Management Strategies.
7. Strategic Planning for Investments in Fixed Assets.
8. Use of Performance Metrics in Project Evaluation.
9. Risk Analysis of an Investment Project.
10. Development of the Integrated Leaders for the Future Project.
11. Final Project Review by the Marketing Team.

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

A unidade curricular destaca-se pela clara conexão entre seus objetivos de aprendizagem e os conteúdos programáticos. Cada meta, como a criação de projeções realistas e a análise de custos, encontra correspondência direta em áreas específicas do curso, como elaboração de projeções financeiras e estratégias de gestão de fluxo de caixa. A estrutura do curso oferece uma base sólida para que os estudantes desenvolvam habilidades práticas na análise e gestão de projetos de investimento. A abordagem abrangente e específica dos temas necessários demonstra uma integração coerente entre teoria e prática, promovendo uma compreensão profunda e aplicada dos conceitos financeiros.

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

A course module stands out for its clear connection between its learning objectives and program content. Each goal, such as creating realistic projections and analyzing costs, directly corresponds to specific areas of the course, such as financial projection development and cash flow management strategies. The course structure provides a solid foundation for students to develop practical skills in the analysis and management of investment projects. The comprehensive and specific approach to necessary topics demonstrates a cohesive integration between theory and practice, fostering a deep and applied understanding of financial concepts.

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (PT):

A metodologia de ensino baseia-se na aprendizagem orientada a projetos (Project Bases Learning), englobando o planeamento, criação, desenvolvimento e avaliação de um projeto. Essa abordagem visa oferecer aos alunos uma experiência prática e participativa, desafiando-os a aplicar os conhecimentos adquiridos em situações reais e a criar negócios no futuro. Isso inclui a execução de atividades práticas, colaboração em grupo e a resolução de problemas concretos, proporcionando uma aprendizagem envolvente e diretamente aplicável ao contexto profissional e em constante observância das competências transversais.

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (EN):

Creation, development, and evaluation of a project (Project Bases Learning). This approach aims to provide students with a practical and participative experience, challenging them to apply acquired knowledge in real situations and to create businesses in the future. This involves the execution of practical activities, group collaboration, and solving concrete problems, offering an engaging and directly applicable learning experience in a professional context and in constant compliance with transversal skills.

4.2.14. Avaliação (PT):

Os alunos poderão ser avaliados em dois momentos alternativos:

- Avaliação contínua
- Avaliação por exame

- Avaliação contínua

A avaliação contínua compreende dois momentos de avaliação:

Relatório de projeto com defesa oral Componente Financeira - 75 %

Apresentação do relatório final de projeto (componente de marketing e financeira integradas e defesa oral - 25%

A aprovação à unidade curricular implica a obtenção de uma nota igual ou superior a 10 valores, em todos os momentos de avaliação, sendo que a classificação final coincide com a média ponderada dos momentos de avaliação contínua.

Observações:

- As provas em regime de Avaliação Contínua têm calendarização própria, a fixar na plataforma Moodle. Caso o aluno obtenha uma avaliação inferior à nota mínima definida, em qualquer momento da avaliação contínua, o aluno passa para o exame da época de recurso (conforme Regulamento de Frequência e Avaliação em vigor).

Avaliação não contínua

Exame épocas normal, recurso e especial: Apresentação do relatório final de projeto (componente de marketing e financeira integradas) - 100%

Outros aspetos importantes:

- O estudante que comparecer a todas as atividades do PI (salvo faltas devidamente justificadas por motivo atendível de acordo com o Regulamento de Frequência e Avaliação do Aproveitamento dos Estudantes em vigor), e terá uma bonificação de 2 valores na respetiva componente de avaliação. Estas atividades consistem em sessões de apresentação do PI, workshops, visitas de estudo, tardes de trabalho no PI e apresentações públicas.

- A componente de avaliação assente no PI, contará para todas as épocas de exame se for em benefício do aluno.

- No caso dos trabalhadores-estudantes que solicitem dispensa do PI, terá que ser realizado um trabalho equivalente aplicado ao seu contexto de trabalho ou a outra empresa que poderá ser sugerida pelo docente, com a mesma ponderação na nota final da unidade curricular.

- Os respetivos trabalhos devem ser elaborados no respetivo template correspondente à tarefa e submetidos na página do PI (<http://comunidade.esce.ipv.pt/pii/>) nas datas definidas, a submissão em data posteriormente implica a penalização constante do regulamento do PI

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.14. Avaliação (EN):

The students can be evaluated in two alternative moments:

- Continuous Assessment
- Exam Assessment

Continuous Assessment

Continuous assessment comprises two evaluation moments:

Project Report with Oral Defense - Financial Component - 75%

Final Project Report Presentation (integrated marketing and financial components) and Oral Defense - 25%

Approval in the course requires obtaining a grade equal to or higher than 10 in all assessment moments, with the final grade coinciding with the weighted average of the continuous assessment moments.

Observations:

Continuous Assessment exams have their own schedule, to be established on the Moodle platform. If a student receives a grade below the defined minimum at any point in continuous assessment, the student moves to the resit exam (as per the current Frequency and Assessment Regulation).

Non-Continuous Assessment

Normal, resit, and special exam periods: Presentation of the final project report (integrated marketing and financial components) - 100%
Other important aspects:

A student who attends all PI activities (except for justifiably absentees according to the current Frequency and Assessment Regulation) will receive a 2-point bonus in the respective evaluation component. These activities include PI presentation sessions, workshops, field trips, PI work afternoons, and public presentations.

The assessment component based on PI will count for all exam periods if it is in the student's favor.

In the case of working students who request exemption from PI, an equivalent task must be carried out within their work context or in another company suggested by the instructor, with the same weighting in the final grade of the course.

The respective tasks must be prepared in the corresponding template and submitted on the PI page (<http://comunidade.esce.ipv.pt/pii/>) on the defined dates; submission at a later date implies the penalty specified in the PI regulations.

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

A metodologia de ensino e avaliação demonstra uma coesão com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. Os objetivos, desde a criação de projeções realistas até a análise de risco de projetos, são abordados de maneira abrangente nos conteúdos programáticos. A avaliação contínua, composta por relatórios de projeto e apresentações orais, reflete diretamente a aplicação prática dos conhecimentos adquiridos, alinhando-se com os objetivos de análise financeira e estratégica. A integração de métricas como VAL, TIR, Payback e Índice de Rentabilidade na avaliação ressalta a importância dada ao cálculo e comunicação do retorno esperado sobre o investimento.

Os conteúdos programáticos, que incluem desde a introdução à análise de projetos de investimento até o desenvolvimento do Projeto Integrado Leaders for the Future, estão alinhados com a diversidade dos objetivos estabelecidos. A análise de risco, estratégias de gestão de fluxo de caixa e planeamento estratégico de investimentos em ativos fixos são exemplos de como os tópicos abordam os objetivos propostos.

A avaliação, dividida entre avaliação contínua e não contínua, complementa efetivamente a abordagem dos objetivos. A ênfase na apresentação oral do relatório final, integrando as componentes de marketing e financeira, reflete a importância da comunicação eficaz, enquanto a avaliação contínua oferece uma visão holística do desempenho do aluno ao longo do curso.

As observações sobre participação nas atividades do Projeto Integrado (PI), proporcionando uma bonificação de 2 valores na avaliação, incentivam a envolvimento ativo dos alunos. A adaptação para trabalhadores-estudantes, exigindo um trabalho equivalente aplicado ao contexto de trabalho, evidencia a flexibilidade da abordagem para atender às diferentes necessidades dos estudantes.

Em resumo, a coerência entre os objetivos de aprendizagem, os conteúdos programáticos e as metodologias de avaliação é evidente, promovendo uma abordagem abrangente, prática e alinhada com as exigências do mundo real na gestão de projetos de investimento, nomeadamente numa lógica metodológica de Project Based Learning.

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

A teaching and assessment methodology demonstrates cohesion with the learning objectives of the course. The objectives, ranging from creating realistic projections to project risk analysis, are comprehensively addressed in the program content. Continuous assessment, consisting of project reports and oral presentations, directly reflects the practical application of acquired knowledge, aligning with the goals of financial and strategic analysis. The integration of metrics such as NPV, IRR, Payback, and Profitability Index in the evaluation underscores the importance placed on calculating and communicating the expected return on investment.

The program content, spanning from an introduction to investment project analysis to the development of the Integrated Project Leaders for the Future, aligns with the diversity of established objectives. Risk analysis, cash flow management strategies, and strategic planning for fixed asset investments are examples of how topics address the proposed objectives.

The assessment, divided between continuous and non-continuous evaluation, effectively complements the approach to objectives. The emphasis on the oral presentation of the final report, integrating marketing and financial components, reflects the importance of effective communication, while continuous assessment provides a holistic view of the student's performance throughout the course.

Observations regarding participation in Integrated Project (PI) activities, providing a bonus of 2 points in the evaluation, encourage active involvement of students. The adaptation for working students, requiring an equivalent task applied to the work context, highlights the flexibility of the approach to meet the diverse needs of students.

In summary, the coherence between learning objectives, program content, and assessment methodologies is evident, promoting a comprehensive, practical approach aligned with real-world demands in investment project management, namely in a Project Based Learning methodological logic.

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (PT):

Vieito, João P. (2021). *Análise de Projetos de Investimento*. Escolar Editora

Cebola, A. (2011). *Projetos de investimento de pequenas e médias empresas: elaboração e análise*. Lisboa: Edições Sílabo.

Cebola, A. (2000). *Elaboração e Análise de Projetos de Investimento - Casos práticos*. Lisboa: Edições Sílabo.

Soares, I.; Moreira, J., Pinho, C. & Couto, J. (2015). *Decisões de Investimento: Análise Financeira de Projetos*. Lisboa: Edições Sílabo

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (EN):

Vieito, João P. (2021). *Análise de Projetos de Investimento*. Escolar Editora

Cebola, A. (2011). *Projetos de investimento de pequenas e médias empresas: elaboração e análise*. Lisboa: Edições Sílabo.

Cebola, A. (2000). *Elaboração e Análise de Projetos de Investimento - Casos práticos*. Lisboa: Edições Sílabo.

Soares, I.; Moreira, J., Pinho, C. & Couto, J. (2015). *Decisões de Investimento: Análise Financeira de Projetos*. Lisboa: Edições Sílabo

4.2.17. Observações (PT):

[sem resposta]

4.2.17. Observações (EN):

[sem resposta]

Mapa III - Relações Públicas e Assessoria de Imprensa

4.2.1. Designação da unidade curricular (PT):

Relações Públicas e Assessoria de Imprensa

4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):

Public Relations and Press Office

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (PT):

MeP

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (EN):

MeA

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE
em Funcionamento**4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (PT):**

Semestral 2ºS

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (EN):

Semiannual 2nd S

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

162.0

4.2.5. Horas de contacto:

Presencial (P) - TP-45.0

4.2.6. % Horas de contacto a distância:

0.00%

4.2.7. Créditos ECTS:

6.0

4.2.8. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular:

• Manuel José Serra da Fonseca - 45.0h

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

[sem resposta]

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (PT):

A presente UC visa colocar os alunos em contacto com os principais conceitos de Relações Públicas e Assessoria de Imprensa. Serão abordadas as vertentes teórica, estratégica e tática desta técnica de comunicação de marketing. No final da UC os alunos deverão ter capacidade para estruturar ações de comunicação com recurso a estratégias de RP. Objetivos específicos: Identificar os objetivos e o âmbito das Relações Públicas, bem como compreender a função do RP e sua evolução (O1); Contextualizar as RP no processo do Marketing (O2); Compreender os objetivos atuais da função do RP e as novas ferramentas (O3); Identificar a função do assessor de comunicação mediática com os meios de comunicação social e saber estruturar uma estratégia de assessoria mediática (O4); Reconhecer a importância do Protocolo e dos Eventos no contexto empresarial (O5); Desenvolver ações de comunicação integrada de forma aplicada a contextos reais (O6); Desenvolver trabalho em equipa (O7).

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (EN):

This course aims to bring students into contact with the main concepts of Public Relations and Press Relations. The theoretical, strategic and tactical aspects of this marketing communication technique will be covered. At the end of the course, students should be able to structure communication actions using PR strategies. Specific objectives: Identify the objectives and scope of Public Relations, as well as understanding the role of PR and its evolution (O1); Contextualize PR in the Marketing process (O2); Understand the current objectives of the PR role and the new tools (O3); Identify the role of the media communication advisor with the media and know how to structure a media advisory strategy (O4); Recognize the importance of Protocol and Events in the business context (O5); Develop integrated communication actions applied to real contexts (O6); Develop teamwork (O7).

4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):

- 1-Fundamentos de Relações Públicas - Conceito; Enquadramento Histórico; Relações Públicas e Marketing; Objetivos; Públicos.
- 2-Elementos de Teoria das Relações - O domínio das Relações Públicas; Estratégias e Tipologias de Comunicação; Gestão e Comunicação de Crise; Os Instrumentos de Relações Públicas; O Plano de Relações Públicas.
- 3-Assessoria de Comunicação Mediática - Noções e Fundamentos
- 4-Eventos e Protocolo - Noções e Fundamentos.

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):

- 1- Principles of Public Relations (Concept; Historical Framework; Public Relations and Marketing; Objectives; Publics).
- 2- Elements of Relations Theory (The domain of Public Relations; Communication Strategies and Typologies; Crisis Management and Communication; Public Relations Instruments; The Public Relations Plan).
- 3- Press Office (Concepts and Principles).
- 4- Events and Protocol (Concepts and Principles).

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

A coerência dos Conteúdos Programáticos (CP) com os Objetivos (O), pode ser observada através da seguinte relação:

CP1 --> O1; O2; O3

CP2 --> O3; O4

CP3 --> O4

CP4 --> O5

CP5 --> O6; O7

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

The coherence of the Programmatic Contents (PC) with the Objectives (O) can be observed through the following relationship:

PC1 --> O1; O2; O3

PC2 --> O3; O4

PC3 --> O4

PC4 --> O5

PC5 --> O6; O7

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (PT):

As aulas permitem o enquadramento teórico-prático dos temas abordados e a conceptualização dirigida das várias temáticas desenvolvidas na UC, sendo fomentado o sentido crítico e autocrítico, bem como a prática de uma atitude ética em termos pessoais e profissionais. Promove-se o desenvolvimento, exposição e discussão crítica de casos e exercícios e estimula-se o reforço de capacidades analíticas. A participação nas aulas permite o desenvolvimento de competências de comunicação orais e escritas. Complementarmente os alunos adquirem aptidões diversas, como: capacidade de trabalho em equipa, capacidade para identificar e resolver problemas; organizar, planejar e programas tarefas; ter espírito de iniciativa; aplicação de conhecimentos (teóricos, técnicos e operacionais). É ainda facilitada a familiarização com terminologia de investigação em relações públicas e assessoria de imprensa; seleção e recolha de informação; pesquisa bibliográfica; identificação e referência das fontes de informação utilizadas; preparação de relatórios. Em sintonia com o modelo pedagógico do IPVC - que destaca as oportunidades de aprendizagem ativa, centradas no estudante - e com a natureza teórico-prática da UC associada a quatro trabalhos aplicados a organizações reais (ações de comunicação integrada aplicadas a uma empresa ou instituição sem fins lucrativos), permite recorrer a abordagens pedagógicas como a "Aprendizagem-Serviço" (visa combinar a aprendizagem académica com o serviço à comunidade por forma a que os estudantes se formem, pessoal e profissionalmente, a partir do trabalho com necessidades reais da comunidade. Nesta metodologia são valorizadas a participação ativa dos estudantes e dos membros da comunidade. Para além de otimizar a aprendizagem académica, esta abordagem visa incutir nos estudantes um sentido de envolvimento e responsabilidade cívica) e a "Aprendizagem Baseada em Problemas" (recorrendo a problemas de comunicação empresarial reais, com base na definição concreta de objetivos e feedback frequente e personalizado, os alunos definirão estratégias e táticas de resolução e apresentarão resultados documentados, desenvolvendo, também, competências de pensamento crítico. Neste contexto - e de forma procedual - os alunos desenvolverão a sua atividade em três fases: identificação e definição do problema de comunicação; aceder, avaliar e utilizar a informação primária e secundária; apresentação da solução para o problema).

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (EN):

The lectures provide a theoretical and practical framework for the topics covered and a guided conceptualization of the various themes developed in the course, fostering a critical and self-critical sense, as well as the practice of an ethical attitude in personal and professional terms. The development, presentation and critical discussion of cases and exercises is promoted and the strengthening of analytical skills is encouraged. Participation in classes enables the development of oral and written communication skills. In addition, students acquire various skills, such as: teamwork; the ability to identify and solve problems; organizing, planning and scheduling tasks; a spirit of initiative; applying knowledge (theoretical, technical and operational). Familiarization with research terminology in public relations and press office; selecting and gathering information; bibliographical research; identifying and referencing the sources of information used; preparing reports. In line with IPVC's pedagogical model - which emphasizes active learning opportunities centered on the student - and with the theoretical-practical nature of the course associated with four assignments applied to real organizations (integrated communication actions applied to a company or non-profit institution), it allows for the use of pedagogical approaches such as "Service-Learning" (which aims to combine academic learning with service to the community so that students are formed, personally and professionally, by working with real community needs). This methodology values the active participation of students and community members. In addition to optimizing academic learning, this approach aims to instill in students a sense of civic involvement and responsibility) and "Problem-Based Learning" (using real business communication problems, based on the concrete definition of objectives and frequent and personalized feedback, students will define resolution strategies and tactics and present documented results, while also developing critical thinking skills. In this context - and in a procedural way - students will develop their activity in three phases: identifying and defining the communication problem; accessing, evaluating and using primary and secondary information; presenting the solution to the problem).

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.14. Avaliação (PT):

Na avaliação contínua o aluno é avaliado através da realização de quatro trabalhos práticos (em grupo) e de uma prova escrita. O aluno que não opte pela avaliação contínua, realizará um exame final. Assim, os alunos poderão ser avaliados em dois momentos alternativos:

1. Avaliação Contínua --> Realização de quatro trabalhos de grupo e respetiva apresentação + Prova escrita = (60%+40%).
2. Avaliação Final --> Prova escrita (exame) = (100%).

A aprovação à unidade curricular está condicionada às seguintes situações: obtenção de uma nota mínima de 8 valores em cada componente de avaliação do trabalho e obtenção de uma média ponderada igual ou superior a 9,5 valores).

4.2.14. Avaliação (EN):

In continuous assessment, the student is assessed through four practical assignments (group work) and a written test. Students who do not opt for continuous assessment will take a final exam. Thus, students can be assessed at two alternative times:

1. Continuous Assessment --> Completion of four group assignments and their presentation + Written test = (60%+40%).
2. Final Assessment --> Written test (exam) = (100%).

Passing the course is conditional on the following: obtaining a minimum mark of 8 in each component of the assessment and obtaining a weighted average of 9.5 or more.)

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

Os diferentes pontos explicitados no programa serão abordados numa perspetiva teórico-prática. Assim, complementarmente à exposição teórica dos temas (onde a informação será facultada a partir de uma variedade de fontes: bibliografia recomendada, artigos científicos, trabalhos escritos e apresentações audiovisuais) pretendem-se protagonizar práticas interrogativas e de análise crítica de casos práticos. Paralelamente proceder-se-á à realização de quatro trabalhos em grupo, bem como ao acompanhamento dos alunos na realização dos mesmos, no contexto da "aprendizagem-serviço" e da "aprendizagem baseada em problemas" anteriormente referenciadas.

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

The different points explained in the syllabus will be approached from a theoretical-practical perspective. Thus, in addition to the theoretical exposition of the topics (where information will be provided from a variety of sources: recommended bibliography, scientific articles, written work and audiovisual presentations), the aim is to provide questioning and critical analysis of practical cases. At the same time, four group assignments will be carried out, and the students will be accompanied in their completion, in the context of the "service-learning" and "problem-based learning" mentioned above.

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (PT):

- O'Donnell, A. (2023). *Public Relations and Communications: From Theory to Practice*. New York, Routledge.
- Baynast, A., Lendrevie, J., Lévy, J., Dionísio, P. & Rodrigues, V. (2018). *Mercator 25 Anos - O Marketing na Era Digital*. Lisboa, Dom Quixote.

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (EN):

- O'Donnell, A. (2023). *Public Relations and Communications: From Theory to Practice*. New York, Routledge.
- Baynast, A., Lendrevie, J., Lévy, J., Dionísio, P. & Rodrigues, V. (2018). *Mercator 25 Anos - O Marketing na Era Digital*. Lisboa, Dom Quixote.

4.2.17. Observações (PT):

[sem resposta]

4.2.17. Observações (EN):

[sem resposta]

Mapa III - Sistemas de Informação de Marketing

4.2.1. Designação da unidade curricular (PT):

Sistemas de Informação de Marketing

4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):

Marketing Information Systems

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE
em Funcionamento

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (PT):

INF

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (EN):

COM

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (PT):

Semestral 1ºS

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (EN):

Semiannual 1st S

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

162.0

4.2.5. Horas de contacto:

Presencial (P) - TP-45.0

4.2.6. % Horas de contacto a distância:

0.00%

4.2.7. Créditos ECTS:

6.0

4.2.8. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular:

• Jorge Manuel Esparteiro Garcia - 45.0h

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

[sem resposta]

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (PT):

O1 – Saber o que é um Sistema de Informação de Marketing e de que forma as organizações ganham vantagem competitiva com a sua adoção e implementação

O2 - Compreender a importância da gestão da informação como uma estratégia de decisão no marketing.

O3 - Compreender a necessidade da utilização das Tecnologias de Informação e Comunicação na gestão da informação e no suporte à tomada de decisões no marketing.

O4 - Conhecer e identificar modelos de Sistemas de Informação de Marketing.

O5 - Saber usar um Sistema de Gestão de Bases de Dados, através do desenho de Bases de Dados (BD, modelação Entidade-Relacionamento; criação e manipulação da BD, programação SQL;

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (EN):

O1 - Know what a Marketing Information System is and how organizations gain a competitive advantage through its adoption and implementation

O2 - Understand the importance of information management as a decision-making strategy in marketing.

O3 - Understand the need to use Information and Communication Technologies to manage information and support decision making in marketing.

O4 - Know and identify Marketing Information System models.

O5 - Know how to use a Database Management System, through database design (DB, Entity-Relationship modeling; creation and manipulation of the DB, SQL programming;

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):

CP1 - Sistemas de Informação
CP2- Noções de Tecnologias de Marketing
CP3 - Sistemas de Informação de Marketing
CP4 - Conceitos de Bases de Dados
CP5 - Desenho/Modelação de uma Base de Dados
CP6 - Modelo Relacional
CP7 - Linguagem SQL

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):

PC1 - Information Systems
PC2- Notions of Marketing Technologies
PC3 - Marketing Information Systems
PC4 - Database Concepts
PC5 - Database Design/Modeling
PC6 - Relational Model
PC7 - SQL Language

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

Os conteúdos programáticos são coerentes com os objetivos definidos, na medida em que são abordados conteúdos relacionados com os Sistemas de Informação de Marketing e a criação e utilização de Bases de Dados, de acordo com os objetivos propostos. Dessa forma, a coerência dos Conteúdos Programáticos (CP) com os Objetivos (O) pode ser observada através da seguinte relação: O1 --> CP1;CP2; O2 --> CP2,CP3; O3 --> CP2,CP3; O4--> CP3; O4--> CP3; O4--> CP3; O5 --> CP4,CP5,CP6, CP7.

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

The syllabus is coherent with the defined objectives, as it covers content related to Marketing Information Systems and the creation and use of Databases, in accordance with the proposed objectives. In this way, the coherence of the Syllabus (CP) with the Objectives (O) can be seen in the following relationship: O1 --> PC1;PC2; O2 --> PC2,PC3; O3 --> PC2,PC3; O4--> PC3; O4--> PC3; O4--> PC3; O5 --> PC4,PC5,PC6,PC7.

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (PT):

A unidade curricular funciona através de aulas teórico-práticas. A metodologia de ensino e aprendizagem utilizada está de acordo com o Modelo Pedagógico das Formações do IPVC, seguindo uma abordagem pedagógica ativa centrada no estudante. Será utilizada uma metodologia Problem-Based learning, centrando-se na participação ativa dos estudantes em desafios que envolvam a resolução de problemas através da aplicação dos conhecimentos adquiridos. A realização das tarefas é acompanhada e mediada pelo professor, responsável por promover a reflexão, a sistematização e a consolidação de conhecimentos. Os docentes utilizarão uma metodologia expositiva dos conteúdos da unidade curricular para discussão exemplos e aplicações, incentivando a reflexão e a resolução de problemas.

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (EN):

The curricular unit works through theoretical-practical classes. The teaching and learning methodology used is in line with the IPVC Training Pedagogical Model, following an active pedagogical approach centered on the student. A Problem-Based learning methodology will be used, focusing on the active participation of students in challenges that involve solving problems through the application of acquired knowledge. The tasks are monitored and mediated by the teacher, who is responsible for promoting reflection, systematization and consolidation of knowledge. Teachers will use an expository methodology of the course contents to discuss examples and applications, encouraging reflection and problem-solving.

4.2.14. Avaliação (PT):

O sistema de avaliação da unidade curricular é regido pelo Regulamento de Frequência e Avaliação do aproveitamento dos Estudantes. O estudante poderá ser avaliado de duas formas alternativas: - Avaliação Contínua; Avaliação por Exame Final
Avaliação contínua - 1 trabalho prático (50%) e 1 frequência individual (50%) Em cada momento de avaliação a nota mínima é de 8 valores. Exame Final - Exame final individual e decorrerá na época normal de exames, sendo que a avaliação individual do aluno deverá ser positiva (nota superior ou igual a 10 valores) para permitir a aprovação na unidade curricular.

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.14. Avaliação (EN):

The assessment system for the course is governed by the Regulations for Attendance and Assessment of Student Achievement. Students can be assessed in two alternative ways: - Continuous Assessment; Assessment by Final Exam
Continuous assessment - 1 practical assignment (50%) and 1 individual test (50%) At each assessment point, the minimum mark is 8 points. Final Exam - Individual final exam, which will take place during the normal exam period. The student's individual assessment must be positive (a mark of 10 or more) in order to pass the course.

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

Os diferentes pontos explicitados no programa serão abordados numa perspetiva teórico-prática. Assim, complementarmente à exposição teórica dos temas (onde a informação será facultada a partir de uma variedade de fontes: bibliografia recomendada, artigos científicos, trabalhos escritos e apresentações audiovisuais) pretendem-se protagonizar práticas interrogativas e de análise crítica de casos práticos. Paralelamente proceder-se-á à realização de trabalhos escritos (grupo), bem como ao acompanhamento tutorial aos alunos na realização dos mesmos.

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

The different points explained in the syllabus will be approached from a theoretical-practical perspective. Thus, in addition to the theoretical exposition of the topics (where information will be provided from a variety of sources: recommended bibliography, scientific articles, written work and audiovisual presentations), the aim is to provide interrogative practice and critical analysis of practical cases. At the same time, written work (group) will be carried out, as well as tutorial support for students.

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (PT):

- Pereira, Alexandre; Poupá, Carlos (2020). Linguagens de programação -- HTML 5 -- CSS 3 -- JavaScript -- MySQL -- C# / Linguagens Web. Edições Sílabo.
- Pedro M. C. Neves e Rui P. F. Ruas, O Guia Prático do MySQL, Centro Atlântico, 2005
- Pedro Nogueira Ramos, Desenhar Bases de Dados com UML, Edições Sílabo, 2006

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (EN):

- Pereira, Alexandre; Poupá, Carlos (2020). Linguagens de programação -- HTML 5 -- CSS 3 -- JavaScript -- MySQL -- C# / Linguagens Web. Edições Sílabo.
- Pedro M. C. Neves e Rui P. F. Ruas, O Guia Prático do MySQL, Centro Atlântico, 2005
- Pedro Nogueira Ramos, Desenhar Bases de Dados com UML, Edições Sílabo, 2006

4.2.17. Observações (PT):

[sem resposta]

4.2.17. Observações (EN):

[sem resposta]

Mapa III - Sociologia do Consumo

4.2.1. Designação da unidade curricular (PT):

Sociologia do Consumo

4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):

Sociology of Consumption

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (PT):

CSC

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (EN):

SBS

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (PT):

Semestral 2ºS

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (EN):

Semiannual 2nd S

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

81.0

4.2.5. Horas de contacto:

Presencial (P) - TP-45.0

4.2.6. % Horas de contacto a distância:

0.00%

4.2.7. Créditos ECTS:

3.0

4.2.8. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular:

• *Maria Luísa Parente Pinheiro de Almeida - 0.0h*

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

[sem resposta]

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (PT):

- 1. Dar a conhecer as principais bases teóricas, correntes e autores da Sociologia do Consumo.*
- 2. Compreender os fenómenos relacionados com o consumo e a sociedade de consumo, de modo reflexivo e teoricamente fundamentado.*
- 3. Sensibilizar para as práticas de consumo responsáveis.*
- 4. Contribuir para o desenvolvimento da capacidade de análise e de pensamento crítico da realidade social.*
- 5. Melhorar as capacidades de trabalho individual e em equipa, e de comunicação oral e escrita.*

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (EN):

- 1. To make known the main theoretical bases, currents and authors of the Sociology of Consumption.*
- 2. Understand the phenomena related to consumption and consumer society in a reflective and theoretically grounded way.*
- 3. Raise awareness of responsible consumption practices.*
- 4. Contribute to developing the ability to analyse and think critically about social reality.*
- 5. Improve individual and team working skills, and oral and written communication skills.*

4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):

- 1. Sociologia do consumo: questões introdutórias.*
- 2. O Indivíduo e a Sociedade: socialização, cultura e diversidade cultural.*
- 3. O consumo como identidade e status.*
- 4. O consumo como produto social.*
- 5. O consumo como reprodução e mobilidade social.*
- 6. Sociedade de consumo: visões, controvérsias e interrogações.*
- 7. Consumo e cidadania.*
- 8. Balanço crítico.*

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):

- 1. Sociology of consumption: introductory issues.*
- 2. The Individual and Society: socialization, culture and cultural diversity.*
- 3. Consumption as identity and status.*
- 4. Consumption as a social product.*
- 5. Consumption as reproduction and social mobility.*
- 6. Consumer society: visions, controversies and questions.*
- 7. Consumption and citizenship.*
- 8. Critical review.*

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

Os conteúdos programáticos centram-se em tópicos base relacionados com o fenómeno do consumo numa perspetiva sociológica (indivíduo vs sociedade; consumo, identidades e status; consumo como produto social; reprodução e mobilidade social; sociedade de consumo). Desta forma, procura-se que os alunos adquiram conhecimentos e desenvolvam competências que lhes permita compreender os fenómenos associados ao consumo e à sociedade de consumo, sensibilizando-os para práticas de consumo cidadãs e sustentáveis; desenvolvam o pensamento crítico e a capacidade de reflexão e análise; melhorem as capacidades de trabalho individual e em equipa, bem como de comunicação oral e escrita. Assim, os conteúdos programáticos 1, 2, 3, 4 e 5 permitem atingir os objetivos 1, 4 e 5; os conteúdos 6 permitem atingir os objetivos 2, 3, 4 e 5; os conteúdos 7 permitem atingir os objetivos 3, 4 e 5.

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

The syllabus centers on basic topics related to the phenomenon of consumption from a sociological perspective (individual vs. society; consumption, identities and status; consumption as a social product; social reproduction and mobility; consumer society). In this way, the aim is for students to acquire knowledge and develop skills that will enable them to understand the phenomena associated with consumption and consumer society, sensitizing them to sustainable consumer practices; develop critical thinking and the capacity for reflection and analysis; improve individual and teamwork skills, as well as oral and written communication. Therefore, contents 1, 2, 3, 4 and 5 enable objectives 1, 4 and 5 to be achieved; content 6 enables objectives 2, 3, 4 and 5 to be achieved; content 7 enables objectives 3, 4 and 5 to be achieved.

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (PT):

Aulas expositivas, articulando-se a exposição teórica dos temas com práticas interrogativas; resolução de estudos de caso e discussão alargada dos mesmos. Serão também utilizadas metodologias que evocam a aprendizagem baseada em desafios. Metodologias que apelam à participação ativa e colaborativa dos alunos, e lhes possibilita o desenvolvimento de competências de análise e de pensamento crítico sobre a realidade social e sobre as práticas de consumo que se espera sejam responsáveis e sustentáveis. Acompanhamento tutorial dos discentes. Esta combinação de metodologias de aprendizagem alinha-se harmoniosamente com os objetivos e princípios do modelo pedagógico adotado.

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (EN):

Lectures, combining theoretical exposition of the topics with practical questioning; resolution of case studies and extensive discussion of them. Methodologies that evoke challenge-based learning will also be used. Methodologies that appeal to the active and collaborative participation of students and enable them to develop skills of analysis and critical thinking about social reality and consumption practices that are expected to be responsible and sustainable. Tutorial support for students. This combination of learning methodologies is harmoniously aligned with the objectives and principles of the pedagogical model adopted.

4.2.14. Avaliação (PT):

Os alunos poderão optar por duas modalidades de avaliação:

- a) Avaliação ao longo do semestre – uma prova escrita individual e, cumulativamente, um ou mais de entre os seguintes elementos de avaliação: prova escrita individual; trabalhos individuais ou coletivos, com apresentação escrita e/ou oral; projeto individual ou coletivo; outros elementos de avaliação.*
- b) Exame final – uma prova escrita individual.*

4.2.14. Avaliação (EN):

Students can choose between two types of assessment:

- a) Assessment throughout the semester - an individual written test and, cumulatively, one or more of the following assessment elements: individual written test; individual or collective work, with written and/or oral presentation; individual or collective project; other assessment elements.*
- b) Final exam - an individual written test.*

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE
em Funcionamento**4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):**

O perfil de formação dos futuros licenciados visado por este ciclo de estudos conduzirá a profissionais qualificados, detentores de conhecimentos, capacidades e competências na sua área de formação. Para isso, e com vista à operacionalização dos objetivos da unidade curricular em referência, as metodologias de ensino adotadas: sessões teórico-práticas, articulando-se a exposição teórica dos temas com práticas interrogativas; resolução de estudos de caso; desafios e discussões grupais, proporcionam aos alunos o desenvolvimento de competências de análise crítica/ sistémica sobre a realidade social e sobre as práticas de consumo em particular, numa base de participação ativa e colaborativa. De modo mais particular, possibilitam aos alunos conhecer as principais bases teóricas, correntes e autores da Sociologia do Consumo (objetivo 1); compreender os fenómenos relacionados com o consumo e a sociedade de consumo, de modo reflexivo e teoricamente fundamentado (objetivo 2); sensibilizá-los para as práticas de consumo responsáveis (objetivo 3); desenvolver a capacidade de análise e de pensamento crítico da realidade social (objetivo 4); melhorar as capacidades de trabalho individual e em equipa, e de comunicação oral e escrita (objetivo 5).

Por outro lado, o acompanhamento tutorial possibilita ao doente a monitorização dos percursos formativos, dos seus alunos em prol do sucesso pessoal e profissional destes.

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

The training profile of future graduates aimed at by this cycle of studies will lead to qualified professionals with knowledge, skills and competences in their area of training. To this end, and with a view to operationalizing the objectives of the curricular unit in question, the teaching methodologies adopted: theoretical-practical sessions, combining theoretical exposition of the topics with questioning practices; resolution of case studies; challenges and group discussions, provide students with the development of critical/systemic analysis skills on social reality and on consumer practices in particular, on a basis of active and collaborative participation. More specifically, they enable students to get to know the main theoretical bases, currents and authors of the Sociology of Consumption (objective 1); to understand phenomena related to consumption and consumer society in a reflective and theoretically grounded way (objective 2); to raise awareness of responsible consumption practices (objective 3); to develop the ability to analyze and think critically about social reality (objective 4); to improve individual and teamwork skills, and oral and written communication skills (objective 5).

On the other hand, tutorial support enables the patient to monitor their students' training paths in favor of their personal and professional success.

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (PT):

LENDREVIE, J., [et al.] (2015). Mercator da língua portuguesa: teoria e prática do marketing. Lisboa: Publicações Dom Quixote.
CRUZ, Isabel (2013). Entre estruturas e agentes: padrões e práticas de consumo em Portugal continental. Porto: Edições Afrontamento.
DUBOIS, B., (2005). Compreender o consumidor. Lisboa: Publicações Dom Quixote.
GIDDENS, A., (2013). Sociologia. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
RIBEIRO, R., (2010), Sociologia do Consumo aplicada ao Marketing e à Comunicação, Lisboa, Coleção Manuais Pedagógicos do ISCSP-UTL.
BAUDRILLARD, Jean (1995). A sociedade do consumo. Lisboa: Edições 70.
LIPOVESTSKY, Gilles (2010). O império do efêmero. Lisboa: Publicações Dom Quixote.
LIPOVESTSKY, Gilles (2010). A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade do hiperconsumo. Lisboa: Publicações Dom Quixote.

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (EN):

LENDREVIE, J., [et al.] (2015). Mercator da língua portuguesa: teoria e prática do marketing. Lisboa: Publicações Dom Quixote.
CRUZ, Isabel (2013). Entre estruturas e agentes: padrões e práticas de consumo em Portugal continental. Porto: Edições Afrontamento.
DUBOIS, B., (2005). Compreender o consumidor. Lisboa: Publicações Dom Quixote.
GIDDENS, A., (2013). Sociologia. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
RIBEIRO, R., (2010), Sociologia do Consumo aplicada ao Marketing e à Comunicação, Lisboa, Coleção Manuais Pedagógicos do ISCSP-UTL.
BAUDRILLARD, Jean (1995). A sociedade do consumo. Lisboa: Edições 70.
LIPOVESTSKY, Gilles (2010). O império do efêmero. Lisboa: Publicações Dom Quixote.
LIPOVESTSKY, Gilles (2010). A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade do hiperconsumo. Lisboa: Publicações Dom Quixote.

4.2.17. Observações (PT):

[sem resposta]

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE
em Funcionamento

4.2.17. Observações (EN):

[sem resposta]

Mapa III - Tecnologias de Desenho e Produção Gráfica

4.2.1. Designação da unidade curricular (PT):

Tecnologias de Desenho e Produção Gráfica

4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):

Design Technologies and Graphic Production

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (PT):

INF

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (EN):

COM

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (PT):

Semestral 2ºS

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (EN):

Semiannual 2nd S

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

162.0

4.2.5. Horas de contacto:

Presencial (P) - TP-60.0

4.2.6. % Horas de contacto a distância:

0.00%

4.2.7. Créditos ECTS:

6.0

4.2.8. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular:

• Jorge Manuel Esparteiro Garcia - 60.0h

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

[sem resposta]

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (PT):

*O1 – Planear, realizar e otimizar ilustração e composição gráfica de texto com imagem, segundo objetivos específicos de comunicação e de marketing, dirigidos a edição em papel e digital.**O2 - Selecionar e aplicar técnicas e ferramentas adequadas na concretização otimizada de objetos gráficos de comunicação, estáticos e animados.**O3 – Saber utilizar ferramentas de desenho vetorial e de edição imagem bitmap para desenho e produção gráfica.*

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (EN):

*O1 - Plan, implement and optimize illustration and graphic composition of text with images, according to specific communication and marketing objectives, for paper and digital publishing.**O2 - Select and apply appropriate techniques and tools for the optimized creation of static and animated graphic communication objects.**O3 - Know how to use vector drawing and bitmap image editing tools for graphic design and production.*

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):

- CP1 - Introdução ao Desenho Gráfico
 - 1.1 - Conceitos fundamentais de desenho gráfico
 - 1.2 - Cor e Tipografia
 - 1.3 - Normas Gráficas e elementos de produção gráfica
 - 1.4 - Principais tecnologias e ferramentas de software no desenho gráfico
 - 1.5 - Sistemas de Cores em Computação Gráfica
 - 1.5.1 – RGB
 - 1.5.2 – CMYK
 - 1.6 - Desenho gráfico para a Web
- CP2 - Comunicação digital e Identidade Visual
- CP3 - Identidade Corporativa
- CP4 - Ferramentas de Desenho Vetorial
 - 4.1 - Conceitos fundamentais de Desenho Vetorial
 - 4.2 Adobe Illustrator
 - 4.2.1 – Ferramentas
 - 4.2.2 - Principais técnicas utilizadas no software
- CP5 - Ferramentas de Edição de Imagem Bitmap
 - 5.1 Conceitos fundamentais de Edição de Imagem Bitmap
 - 5.2 Adobe Photoshop
 - 5.2.1 – Ferramentas
 - 5.2.2 - Principais técnicas utilizadas no software

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):

- PC1 - Introduction to Graphic Design
 - 1.1 - Fundamental concepts of graphic design
 - 1.2 - Color and typography
 - 1.3 - Graphic standards and elements of graphic production
 - 1.4 - Main technologies and software tools in graphic design
 - 1.5 - Color Systems in Computer Graphics
 - 1.5.1 - RGB
 - 1.5.2 - CMYK
 - 1.6 - Graphic design for the Web
- PC2 - Digital Communication and Visual Identity
- PC3 - Corporate Identity
- PC4 - Vector Drawing Tools
 - 4.1 - Fundamental concepts of Vector Drawing
 - 4.2 Adobe Illustrator
 - 4.2.1 - Tools
 - 4.2.2 - Main techniques used in the software
- PC5 - Bitmap Image Editing Tools
 - 5.1 Fundamental concepts of Bitmap Image Editing
 - 5.2 Adobe Photoshop
 - 5.2.1 - Tools
 - 5.2.2 - Main techniques used in the software

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

Os conteúdos programáticos são coerentes com os objetivos definidos, na medida em que são abordados conteúdos relacionados com a utilização das diferentes aplicações de desenho vetorial e edição de imagem bitmap, que permitem adquirir as competências necessárias para alcançar esses objetivos. Dessa forma, a coerência dos Conteúdos Programáticos (CP) com os Objetivos (O) pode ser observada através da seguinte relação: O1 --> CP1, CP2, CP3; O2 --> CP2, CP3; O3 --> CP4, CP5

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

The syllabus is coherent with the defined objectives, insofar as it covers content related to the use of the different vector drawing and bitmap image editing applications, which enable the acquisition of the necessary skills to use them in a way that meets these objectives. In this way, the coherence of the Syllabus (CP) with the Objectives (O) can be observed through the following relationship: O1 --> PC1, PC2, PC3; O2 --> PC2, PC3; O3 --> PC4, PC5

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (PT):

A unidade curricular funciona através de aulas teórico-práticas. A metodologia de ensino e aprendizagem utilizada está de acordo com o Modelo Pedagógico das Formações do IPVC, seguindo uma abordagem pedagógica ativa centrada no estudante. Será utilizada uma metodologia Problem-Based learning, centrando-se na participação ativa dos estudantes em desafios que envolvam a resolução de problemas através da aplicação dos conhecimentos adquiridos. A realização das tarefas é acompanhada e mediada pelo professor, responsável por promover a reflexão, a sistematização e a consolidação de conhecimentos. Os docentes utilizarão uma metodologia expositiva dos conteúdos da unidade curricular para discussão exemplos e aplicações, incentivando a reflexão e a resolução de problemas.

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (EN):

The curricular unit works through theoretical-practical classes. The teaching and learning methodology used is in line with the IPVC Training Pedagogical Model, following an active pedagogical approach centered on the student. A Problem-Based learning methodology will be used, focusing on the active participation of students in challenges that involve solving problems through the application of acquired knowledge. The tasks are monitored and mediated by the teacher, who is responsible for promoting reflection, systematization and consolidation of knowledge. Teachers will use an expository methodology of the course contents to discuss examples and applications, encouraging reflection and problem-solving.

4.2.14. Avaliação (PT):

O sistema de avaliação da unidade curricular é regido pelo Regulamento de Frequência e Avaliação do aproveitamento dos Estudantes. O estudante poderá ser avaliado de duas formas alternativas: - Avaliação Contínua; Avaliação por Exame Final
Avaliação contínua - 1 trabalho prático (50%) e 1 frequência individual (50%) Em cada momento de avaliação a nota mínima é de 8 valores. Exame Final - Exame final individual e decorrerá na época normal de exames, sendo que a avaliação individual do aluno deverá ser positiva (nota superior ou igual a 10 valores) para permitir a aprovação na unidade curricular.

4.2.14. Avaliação (EN):

The assessment system for the course is governed by the Regulations for Attendance and Assessment of Student Achievement. Students can be assessed in two alternative ways: - Continuous Assessment; Assessment by Final Exam
Continuous assessment - 1 practical assignment (50%) and 1 individual test (50%) At each assessment point, the minimum mark is 8 points. Final Exam - Individual final exam, which will take place during the normal exam period. The student's individual assessment must be positive (a mark of 10 or more) in order to pass the course.

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

Os diferentes pontos apresentados no programa serão abordados numa perspetiva teórica e prática. Assim, para além da exposição teórica dos temas (onde a informação será fornecida a partir de várias fontes: bibliografia recomendada, artigos científicos, trabalhos escritos e apresentações audiovisuais), pretende-se conduzir práticas interrogativas e a resolução de problemas que permita aos alunos adquirir as competências exigidas na unidade curricular. O trabalho prático permitirá avaliar a aquisição das competências na utilização das ferramentas de desenho vetorial e de edição de imagem bitmap, através da resolução de problemas sobre os diferentes tópicos e aplicações abordadas no programa da UC.

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

The different points presented in the program will be approached from a theoretical and practical perspective. Thus, in addition to the theoretical exposition of the topics (where information will be provided from various sources: recommended bibliography, scientific articles, written assignments and audiovisual presentations), the aim is to conduct questioning and problem-solving practices that will enable students to acquire the skills required in the course. The practical work will enable the acquisition of skills in the use of vector drawing and bitmap image editing tools to be assessed by solving problems on the different topics and applications covered in the course syllabus.

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (PT):

- Wood, B. (2020). Adobe Illustrator Classroom in a Book 2020. Pearson Education
- Rodrigues, Ângela; Pinto, Isabel (2013). Adobe Photoshop CS6, Famalicão: Centro Atlântico
- Léllis, Catarina (2009). Illustrator CS3 e CS4, Lisboa: FCA - Editora de Informática

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (EN):

- Wood, B. (2020). Adobe Illustrator Classroom in a Book 2020. Pearson Education
- Rodrigues, Ângela; Pinto, Isabel (2013). Adobe Photoshop CS6, Famalicão: Centro Atlântico
- Léllis, Catarina (2009). Illustrator CS3 e CS4, Lisboa: FCA - Editora de Informática

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE
em Funcionamento

4.2.17. Observações (PT):

[sem resposta]

4.2.17. Observações (EN):

[sem resposta]

Mapa III - Tecnologias de Informação

4.2.1. Designação da unidade curricular (PT):

Tecnologias de Informação

4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):

Information Technologies

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (PT):

INF

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (EN):

COM

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (PT):

Semestral 1ºS

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (EN):

Semiannual 1st S

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

81.0

4.2.5. Horas de contacto:

*Presencial (P) - TP-39.0**Assíncrona a distância (AD) - TP-3.0**Síncrona a distância (SD) - TP-3.0*

4.2.6. % Horas de contacto a distância:

13.33%

4.2.7. Créditos ECTS:

3.0

4.2.8. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular:

• Jorge Manuel Esparteiro Garcia - 16.0h

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

• Duarte José Vilarinho Afonso - 29.0h

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (PT):

*O1 – Conhecer os conceitos básicos necessários ao uso de computadores, transversais a qualquer atividade profissional que os alunos venham a desempenhar.**O2 – Saber utilizar as ferramentas de escritório para esquematizar e automatizar a sua resolução: processamento de texto, folhas de cálculo e construção de apresentações, importantes nas áreas da Contabilidade e Fiscalidade.**O3 – Saber utilizar ferramentas colaborativas do Google Docs, em particular a criação de inquéritos on-line.*

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (EN):

O1 - To know the basic concepts needed to use computers, which are transversal to any professional activity that the students may carry out.

O2 - Know how to use office tools to diagram and automate their resolution: word processing, spreadsheets and building presentations, which are important in the areas of Accounting and Taxation.

O3 - Know how to use Google Docs collaborative tools, in particular the creation of online surveys.

4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):

CP1 - Introdução aos Computadores e às Tecnologias de Informação e Comunicação: definição de Tecnologias de Informação e Comunicação; distinção entre dados, informação e conhecimento

CP2 - Processamento de Texto: Word; formatação de texto; alinhamento; formatação do texto em duas ou mais colunas; notas de rodapé; inserção de legendas; índice geral automático; índice figuras; gráficos; tabelas; referências cruzadas; numeração de página; quebras de secção; impressão em série; implementação de formulários

CP3 - Folhas de Cálculo: aspetos básicos. Excel: área de trabalho, conceitos de livro, folha e célula, operações com ficheiros, criação e formatação de linhas e colunas, criação de fórmulas, referências relativas e absolutas; Criação de Listas, Ordenação de Dados e Utilização de Filtros;

CP4 - Ferramentas Colaborativas: criação de inquéritos online; exportação de dados para o Excel e o seu tratamento e análise; gestão de tarefas e partilha de agendas na Web.

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):

PC1 - Introduction to Computers and Information and Communication Technologies: definition of Information and Communication Technologies; distinction between data, information and knowledge

PC2 - Word Processing: Word; text formatting; alignment; formatting text in two or more columns; footnotes; inserting captions; automatic general index; figure index; graphics; tables; cross-references; page numbering; section breaks; serial printing; implementing forms

PC3 - Spreadsheets: basics. Excel: working area, concepts of book, sheet and cell, operations with files, creating and formatting rows and columns, creating formulas, relative and absolute references; Creating Lists, Sorting Data and Using Filters;

PC4 - Collaborative tools: creating online surveys; exporting data to Excel and processing and analyzing it; managing tasks and sharing agendas on the web.

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

Os conteúdos programáticos são coerentes com os objetivos definidos, na medida em que são abordados conteúdos relacionados com os diferentes conceitos base das tecnologias de informação e as aplicações que permitam adquirir as competências necessárias para a utilização de forma autónoma dessas competências. Dessa forma, a coerência dos Conteúdos Programáticos (CP) com os Objetivos (O) pode ser observada através da seguinte relação: O1 --> CP1; O2 --> CP2, CP3; O3 --> CP4;

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

The syllabus is coherent with the defined objectives, insofar as it covers content related to the different basic concepts of information technologies and the applications that will enable you to acquire the necessary skills to use these skills autonomously. In this way, the coherence of the Syllabus (PC) with the Objectives (O) can be observed through the following relationship: O1 --> PC1; O2 --> PC2, PC3; O3 --> PC4;

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (PT):

A unidade curricular funciona através de aulas teórico-práticas. A metodologia de ensino e aprendizagem utilizada está de acordo com o Modelo Pedagógico das Formações do IPVC, seguindo uma abordagem pedagógica ativa centrada no estudante. Será utilizada uma metodologia Problem-Based learning, centrando-se na participação ativa dos estudantes em desafios que envolvam a resolução de problemas através da aplicação dos conhecimentos adquiridos. A realização das tarefas é acompanhada e mediada pelo professor, responsável por promover a reflexão, a sistematização e a consolidação de conhecimentos. Os docentes utilizarão uma metodologia expositiva dos conteúdos da unidade curricular para discussão exemplos e aplicações, incentivando a reflexão e a resolução de problemas.

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (EN):

The curricular unit works through theoretical-practical classes. The teaching and learning methodology used is in line with the IPVC Training Pedagogical Model, following an active pedagogical approach centered on the student. A Problem-Based learning methodology will be used, focusing on the active participation of students in challenges that involve solving problems through the application of acquired knowledge. The tasks are monitored and mediated by the teacher, who is responsible for promoting reflection, systematization and consolidation of knowledge. Teachers will use an expository methodology of the course contents to discuss examples and applications, encouraging reflection and problem-solving.

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.14. Avaliação (PT):

O sistema de avaliação da unidade curricular é regido pelo Regulamento de Frequência e Avaliação do aproveitamento dos Estudantes. O estudante poderá ser avaliado de duas formas alternativas: - Avaliação Contínua e Avaliação por Exame Final
Avaliação contínua - 2 frequências práticas individuais (100%) Em cada momento de avaliação a nota mínima é de 8 valores. Exame Final - Exame final individual e decorrerá na época normal de exames, sendo que a avaliação individual do aluno deverá ser positiva (nota superior ou igual a 10 valores) para permitir a aprovação na unidade curricular.

4.2.14. Avaliação (EN):

The student may be assessed in two alternative ways: - Continuous Assessment and Final Examination
Assessment Continuous Assessment - 2 individual practical tests (50% each) In each assessment the minimum grade is 8 out of 20. Final Exam - Final individual exam and will take place during the normal examination period. The student's individual assessment must be superior or equal to 10 out of 20 in order to be approved in the course unit.

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

Os diferentes pontos apresentados no programa serão abordados numa perspetiva teórica e prática. Assim, para além da exposição teórica dos temas (onde a informação será fornecida a partir de várias fontes: bibliografia recomendada, artigos científicos, trabalhos escritos e apresentações audiovisuais), pretende-se conduzir práticas interrogativas e a resolução de problemas que permita aos alunos adquirir as competências exigidas na unidade curricular. As frequências práticas permitirão avaliar a aquisição das competências, através da resolução de problemas sobre os diferentes tópicos e aplicações abordadas no programa da UC.

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

The different points presented in the program will be approached from a theoretical and practical perspective. Thus, in addition to the theoretical exposition of the topics (where information will be provided from various sources: recommended bibliography, scientific articles, written assignments and audiovisual presentations), the aim is to conduct questioning and problem-solving practices that will enable students to acquire the skills required in the course. The practical sessions will allow the acquisition of skills to be assessed by solving problems on the different topics and applications covered in the course syllabus.

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (PT):

Curto, J. D. (2016). Excel para economia e gestão : para profissionais e estudantes com exercícios práticos. Edições Sílabo
Pereira, A. (2018). Como escrever uma tese monografia ou livro científico : usando o word. Edições Sílabo.
Pereira, A. (2015). Como apresentar em público teses, relatórios, comunicações usando o PowerPoint. Edições Sílabo.

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (EN):

Curto, J. D. (2016). Excel para economia e gestão : para profissionais e estudantes com exercícios práticos. Edições Sílabo
Pereira, A. (2018). Como escrever uma tese monografia ou livro científico : usando o word. Edições Sílabo.
Pereira, A. (2015). Como apresentar em público teses, relatórios, comunicações usando o PowerPoint. Edições Sílabo.

4.2.17. Observações (PT):

[sem resposta]

4.2.17. Observações (EN):

[sem resposta]

Mapa III - UC substituta de Ética e Responsabilidade Social

4.2.1. Designação da unidade curricular (PT):

UC substituta de Ética e Responsabilidade Social

4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):

Replacement course on Ethics and Social Responsibility

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE
em Funcionamento

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (PT):

T-IPVC

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (EN):

T-IPVC

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (PT):

Semestral 2ºS

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (EN):

Semiannual 2nd S

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

81.0

4.2.5. Horas de contacto:

Presencial (P) - TP-45.0

4.2.6. % Horas de contacto a distância:

0.00%

4.2.7. Créditos ECTS:

3.0

4.2.8. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular:

• Álvaro Miguel da Costa Cairrão - 45.0h

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

[sem resposta]

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (PT):

Campo dependente da escolha do estudante

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (EN):

Field dependent on student choice

4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):

Campo dependente da escolha do estudante

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):

Field dependent on student choice

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

Campo dependente da escolha do estudante

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

Field dependent on student choice

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (PT):

Campo dependente da escolha do estudante

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (EN):

Field dependent on student choice

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE
em Funcionamento**4.2.14. Avaliação (PT):***Campo dependente da escolha do estudante***4.2.14. Avaliação (EN):***Field dependent on student choice***4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):***Campo dependente da escolha do estudante***4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):***Field dependent on student choice***4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (PT):***Campo dependente da escolha do estudante***4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (EN):***Field dependent on student choice***4.2.17. Observações (PT):**

Em observância do Modelo Pedagógico do IPVC, nomeadamente no que respeita à flexibilização curricular, acautelado o funcionamento da UC Ética e Responsabilidade Social com um número mínimo obrigatório de inscritos, os demais estudantes poderão substituir a referida UC por outra qualquer da oferta da IES, de qualquer área científica, com o mesmo número de ECTS, de acordo com a sua livre escolha. Assim, esta UC aqui criada representa o universo de escolhas possivelmente realizadas pelo estudante para substituir a UC Ética e Responsabilidade Social e cujo número e tipologia de horas de contacto poderão variar. A ordem de inscrição é o único critério a considerar na alocação dos estudantes à UC Ética e Responsabilidade Social versus UC substituta.

4.2.17. Observações (EN):

The UC "Ethics and Social Responsibility" falls within the scope of the curricular flexibility recommended by the "IPVC Pedagogical Model" approved by the General Council on December 7, 2023. Therefore, the aforementioned UC, with 3 ECTS, may be replaced by any other UC operating at IPVC, in any scientific area. The type and number of contact hours may be different.

Mapa III - Web Marketing e Comércio Eletrónico**4.2.1. Designação da unidade curricular (PT):***Web Marketing e Comércio Eletrónico***4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):***Web Marketing and E-Commerce***4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (PT):***INF***4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (EN):***COM***4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (PT):***Semestral 2ºS***4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (EN):***Semiannual 2nd S***4.2.4. Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):***162.0*

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.5. Horas de contacto:

Presencial (P) - TP-45.0

4.2.6. % Horas de contacto a distância:

0.00%

4.2.7. Créditos ECTS:

6.0

4.2.8. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular:

• Jorge Manuel Esparteiro Garcia - 45.0h

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

[sem resposta]

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (PT):

- O1 - Compreender os principais conceitos relacionados com a dimensão estratégica e operacional do marketing online*
- O2 - Conhecer as diferentes modalidades de comércio eletrónico*
- O3 - Saber utilizar ferramentas para a criação, promoção e manutenção de um sítio web de comércio eletrónico*
- O4 - Utilizar e saber integrar sistemas de pagamento eletrónicos*
- O5 - Saber utilizar as técnicas de otimização para motores de busca (S.E.O.)*

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (EN):

- O1 - Understand the main concepts related to the strategic and operational dimension of online marketing*
- O2 - Know the different types of e-commerce*
- O3 - Know how to use tools to create, promote and maintain an e-commerce website*
- O4 - Use and know how to integrate electronic payment systems*
- O5 - Know how to use search engine optimization (SEO) techniques*

**Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE
em Funcionamento****4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):***CP1 - Internet*

- 1.1. O que é a internet
- 1.2. Negócios com a internet
- 1.3. Marketing na internet
- 1.4. Boas práticas num sítio web

*1.5. Usabilidade**CP2 - Comércio eletrónico*

- 2.1 E-marketplace
- 2.2 Caracterização do mercado eletrónico
- 2.3 Presença na internet
- 2.4 Lojas online
- 2.4.1 Vantagens/Desvantagens
- 2.4.2 Custos
- 2.4.3 Tecnologias
- 2.5 Preços online

CP3 - Sistemas de Pagamento eletrónico

- 3.1 Meios de pagamento disponíveis
- 3.2 Segurança e fiabilidade
- 3.3 Instalação e configuração de meios de pagamentos
- 3.4 Integração dos meios de pagamento nos sítios web

CP4 - Campanhas por email

- 4.1 Listas de distribuição por e-mail
- 4.2 Necessidade das bases de dados
- 4.3 Bases de dados internas e externas
- 4.4 Métricas mais relevantes nas
- 4.5 Planeamento de execução e orçamentação

CP5 - Otimização para motores de busca (S.E.O.)

- 5.1 Fatores de posicionamento de um site
- 5.2 Técnicas de otimização
- 5.3 Boas práticas
- 5.4 Otimização para dispositivos móveis

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):*PC1 - Internet*

- 1.1 What is the Internet?
- 1.2 Business with the internet
- 1.3 Internet marketing
- 1.4 Good website practices
- 1.5. Usability

PC2 - E-commerce

- 2.1 E-marketplace
- 2.2 Characterization of the electronic market
- 2.3 Internet presence
- 2.4 Online stores
- 2.4.1 Advantages/disadvantages
- 2.4.2 Costs
- 2.4.3 Technologies
- 2.5 Online prices

PC3 - Electronic Payment Systems

- 3.1 Available payment methods
- 3.2 Security and reliability
- 3.3 Installing and configuring payment methods
- 3.4 Integration of payment methods into websites

PC4 - Email campaigns

- 4.1 Email distribution lists
- 4.2 Database requirements
- 4.3 Internal and external databases
- 4.4 Most relevant metrics
- 4.5 Execution planning and budgeting

PC5 - Search Engine Optimization (SEO)

- 5.1 Website positioning factors
- 5.2 Optimization techniques
- 5.3 Best practices
- 5.4 Optimization for mobile devices

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

Os conteúdos programáticos são coerentes com os objetivos definidos, na medida em que são abordados conteúdos relacionados com os principais conceitos relacionados com a dimensão estratégica e operacional do marketing online, bem como com as diferentes modalidades de comércio eletrónico, que permitem adquirir as competências necessárias para alcançar esses objetivos propostos. Dessa forma, a coerência dos Conteúdos Programáticos (CP) com os Objetivos (O) pode ser observada através da seguinte relação: O1 --> CP1; O2 --> CP2; O3 --> CP2; CP3; CP4; O4 --> CP3; O5 --> CP5

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

The syllabus is consistent with the objectives set, as it covers the main concepts related to the strategic and operational dimension of online marketing, as well as the different types of e-commerce, which will enable you to acquire the necessary skills to achieve the proposed objectives. In this way, the coherence of the Syllabus (CP) with the Objectives (O) can be observed through the following relationship: O1 --> CP1; O2 --> CP2; O3 --> CP2; CP3; CP4; O4 --> CP3; O5 --> CP5

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (PT):

A unidade curricular funciona através de aulas teórico-práticas. A metodologia de ensino e aprendizagem utilizada está de acordo com o Modelo Pedagógico das Formações do IPVC, seguindo uma abordagem pedagógica ativa centrada no estudante. Será utilizada uma metodologia Problem-Based learning, centrando-se na participação ativa dos estudantes em desafios que envolvam a resolução de problemas através da aplicação dos conhecimentos adquiridos. A realização das tarefas é acompanhada e mediada pelo professor, responsável por promover a reflexão, a sistematização e a consolidação de conhecimentos. Os docentes utilizarão uma metodologia expositiva dos conteúdos da unidade curricular para discussão exemplos e aplicações, incentivando a reflexão e a resolução de problemas.

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (EN):

The curricular unit works through theoretical-practical classes. The teaching and learning methodology used is in line with the IPVC Training Pedagogical Model, following an active pedagogical approach centered on the student. A Problem-Based learning methodology will be used, focusing on the active participation of students in challenges that involve solving problems through the application of acquired knowledge. The tasks are monitored and mediated by the teacher, who is responsible for promoting reflection, systematization and consolidation of knowledge. Teachers will use an expository methodology of the course contents to discuss examples and applications, encouraging reflection and problem-solving.

4.2.14. Avaliação (PT):

O sistema de avaliação da unidade curricular é regido pelo Regulamento de Frequência e Avaliação do aproveitamento dos Estudantes. O estudante poderá ser avaliado de duas formas alternativas: - Avaliação Contínua; Avaliação por Exame Final
Avaliação contínua - 1 trabalho prático (50%) e 1 frequência individual (50%) Em cada momento de avaliação a nota mínima é de 8 valores. Exame Final - Exame final individual e decorrerá na época normal de exames, sendo que a avaliação individual do aluno deverá ser positiva (nota superior ou igual a 10 valores) para permitir a aprovação na unidade curricular.

4.2.14. Avaliação (EN):

The assessment system for the course is governed by the Regulations for Attendance and Assessment of Student Achievement. Students can be assessed in two alternative ways: - Continuous Assessment; Assessment by Final Exam
Continuous assessment - 1 practical assignment (50%) and 1 individual test (50%) At each assessment point, the minimum mark is 8 points. Final Exam - Individual final exam, which will take place during the normal exam period. The student's individual assessment must be positive (a mark of 10 or more) in order to pass the course.

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

Os diferentes pontos explicitados no programa serão abordados numa perspetiva teórico-prática. Assim, complementarmente à exposição teórica dos temas (onde a informação será facultada a partir de uma variedade de fontes: bibliografia recomendada, artigos científicos, trabalhos escritos e apresentações audiovisuais) pretendem-se protagonizar práticas interrogativas e de análise crítica de casos práticos. Paralelamente proceder-se-á à realização de trabalhos escritos (grupo), bem como ao acompanhamento tutorial aos alunos na realização dos mesmos.

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

The different points explained in the syllabus will be approached from a theoretical-practical perspective. Thus, in addition to the theoretical exposition of the topics (where information will be provided from a variety of sources: recommended bibliography, scientific articles, written work and audiovisual presentations), the aim is to provide interrogative practice and critical analysis of practical cases. At the same time, written work (group) will be carried out, as well as tutorial support for students.

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE
em Funcionamento**4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (PT):**

- Baynast, A., Lendrevie, J., Lévy, J., Dionísio, P. and Rodrigues, J.V (2021). Mercator 25 anos: o Marketing na Era Digital (18ª ed.). Lisboa:D. Quixote
- Kotler, P., Kartajaya, S. and Setiawan, I. (2021). Marketing 5.0 - Tecnologia para a Humanidade. Lisboa: Conjuntura Actual Editora
- Moutinho, L., Teixeira, N. and Zeferino, A. (2022). Marketing Futureland - Antecipação e Resposta ao Futuro do Marketing. Lisboa: Lidel
- Faustino, P. (2019). Marketing Digital na Prática: Como criar do zero uma estratégia de marketing digital para promover negócios ou produtos. DVS Editora.

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (EN):

- Baynast, A., Lendrevie, J., Lévy, J., Dionísio, P. and Rodrigues, J.V (2021). Mercator 25 anos: o Marketing na Era Digital (18ª ed.). Lisboa:D. Quixote
- Kotler, P., Kartajaya, S. and Setiawan, I. (2021). Marketing 5.0 - Tecnologia para a Humanidade. Lisboa: Conjuntura Actual Editora
- Moutinho, L., Teixeira, N. and Zeferino, A. (2022). Marketing Futureland - Antecipação e Resposta ao Futuro do Marketing. Lisboa: Lidel
- Faustino, P. (2019). Marketing Digital na Prática: Como criar do zero uma estratégia de marketing digital para promover negócios ou produtos. DVS Editora.

4.2.17. Observações (PT):

[sem resposta]

4.2.17. Observações (EN):

[sem resposta]

4.3. Unidades Curriculares (opções)**Mapa IV - Ética e Responsabilidade Social / Opção 1****4.3.1. Designação da unidade curricular (PT):**

Ética e Responsabilidade Social / Opção 1

4.3.1. Designação da unidade curricular (EN):

Ethics and Social Responsibility / Option 1

4.3.2. Sigla da área científica em que se insere (PT):

T-IPVC

4.3.2. Sigla da área científica em que se insere (EN):

T-IPVC

4.3.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (PT):

Semestral 2ºS

4.3.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (EN):

Semiannual 2nd S

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

81.0

4.3.5. Horas de contacto:

Presencial (P) - TP-45.0

4.3.6. % Horas de contacto a distância:

0.00%

4.3.7. Créditos ECTS:
3.0

- 4.3.8. Unidades Curriculares filhas:
- Ética e Responsabilidade Social - 3.0 ECTS
 - UC substituta de Ética e Responsabilidade Social - 3.0 ECTS

4.3.9. Observações (PT):
Em observância do Modelo Pedagógico do IPVC, nomeadamente no que respeita à flexibilização curricular, acautelado o funcionamento da UC Ética e Responsabilidade Social com um número mínimo obrigatório de inscritos, os demais estudantes poderão substituir a referida UC por outra qualquer da oferta da IES, de qualquer área científica, com o mesmo número de ECTS, de acordo com a sua livre escolha. O número e tipologia de horas de contacto poderão variar. A ordem de inscrição é o único critério a considerar na alocação dos estudantes à UC Ética e Responsabilidade Social versus UC substituta (Opção 1).

4.3.9. Observações (EN):
.In compliance with IPVC's Pedagogical Model, particularly with regard to curricular flexibility, the UC Ethics and Social Responsibility will operate with a compulsory minimum number of enrolments. Other students will be able to replace this UC with any other from the HEI's offer, from any scientific area, with the same number of ECTS, according to their free choice. The number and type of contact hours may vary. The order of enrolment is the only criterion to be taken into account when allocating students to the UC Ethics and Social Responsibility versus substitute UC (Option 1).

4.4. Plano de Estudos

Mapa V - Geral - 1

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

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

4.4.2. Ano curricular:

1

4.4.3. Plano de Estudos

Unidade Curricular	Área Científica	Duração	Horas Trabalho	Horas Contacto	% HC a distância	Tipo	Opcional	ECTS
Economia	ECO	Semestral 1ºS	162.0	P: TP-45.0	0.00%		Não	6.0
Inglês I	LLE	Semestral 1ºS	81.0	P: TP-45.0	0.00%		Não	3.0
Matemática	MES	Semestral 1ºS	162.0	P: TP-60.0	0.00%		Não	6.0
Organização de Empresas	CEM	Semestral 1ºS	162.0	P: TP-39.0 AD: TP-3.0 SD: TP-3.0	13.33%		Não	6.0
Princípios de Marketing	MeP	Semestral 1ºS	162.0	P: TP-60.0	0.00%		Não	6.0
Tecnologias de Informação	INF	Semestral 1ºS	81.0	P: TP-39.0 AD: TP-3.0 SD: TP-3.0	13.33%		Não	3.0
Direito Aplicado ao Marketing	DIR	Semestral 2ºS	162.0	P: TP-45.0	0.00%		Não	6.0

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE
em Funcionamento

Gestão do Produto e Preço	CEM	Semestral 2ºS	162.0	P: TP-39.0 AD: TP-3.0 SD: TP-3.0	13.33%		Não	6.0
Inglês II	LLE	Semestral 2ºS	81.0	P: TP-45.0	0.00%		Não	3.0
Métodos Quantitativos I	MES	Semestral 2ºS	162.0	P: TP-60.0	0.00%		Não	6.0
Sociologia do Consumo	CSC	Semestral 2ºS	81.0	P: TP-45.0	0.00%		Não	3.0
Tecnologias de Desenho e Produção Gráfica	INF	Semestral 2ºS	162.0	P: TP-60.0	0.00%		Não	6.0
Total: 12								

4.4.2. Ano curricular:

2

4.4.3. Plano de Estudos

Unidade Curricular	Área Científica	Duração	Horas Trabalho	Horas Contacto	% HC a distância	Tipo	Opcional	ECTS
Comportamento de compra	MeP	Semestral 1ºS	162.0	P: TP-39.0 AD: TP-3.0 SD: TP-3.0	13.33%		Não	6.0
Comunicação Integrada de Marketing	MeP	Semestral 1ºS	162.0	P: TP-45.0	0.00%		Não	6.0
Comunicação Publicitária	MeP	Semestral 1ºS	81.0	P: TP-45.0	0.00%		Não	3.0
Gestão da Marca	MeP	Semestral 1ºS	81.0	P: TP-45.0	0.00%		Não	3.0
Marketing Industrial e de Serviços	MeP	Semestral 1ºS	162.0	P: TP-60.0	0.00%		Não	6.0
Métodos Quantitativos II	MES	Semestral 1ºS	162.0	P: TP-60.0	0.00%		Não	6.0
Gestão de Projetos e Operações	CEM	Semestral 2ºS	81.0	P: TP-45.0	0.00%		Não	3.0
Laboratório de Comunicação Multimédia	INF	Semestral 2ºS	162.0	P: TP-60.0	0.00%		Não	6.0
Novas Tendências de Marketing	MeP	Semestral 2ºS	162.0	P: TP-45.0	0.00%		Não	6.0
Pesquisa de mercado	CEM	Semestral 2ºS	162.0	P: TP-54.0 AD: TP-3.0 SD: TP-3.0	10.00%		Não	6.0
Princípios de Contabilidade	CEM	Semestral 2ºS	81.0	P: TP-45.0	0.00%		Não	3.0
Web Marketing e Comércio Eletrónico	INF	Semestral 2ºS	162.0	P: TP-45.0	0.00%		Não	6.0
Total: 12								

4.4.2. Ano curricular:

3

4.4.3. Plano de Estudos

Unidade Curricular	Área Científica	Duração	Horas Trabalho	Horas Contacto	% HC a distância	Tipo	Opcional	ECTS
Distribuição e Gestão de Vendas	MeP	Semestral 1ºS	162.0	P: TP-45.0	0.00%		Não	6.0
Estratégia e Competitividade	CEM	Semestral 1ºS	81.0	P: TP-45.0	0.00%		Não	3.0
Inovação e Empreendedorismo	CEM	Semestral 1ºS	81.0	P: TP-45.0	0.00%		Não	3.0
Princípios de Finanças Empresariais	CEM	Semestral 1ºS	81.0	P: TP-45.0	0.00%		Não	3.0
Projeto Final I	MeP	Semestral 1ºS	243.0	P: TP-69.0 AD: TP-3.0 SD: TP-3.0	8.00%		Não	9.0
Sistemas de Informação de Marketing	INF	Semestral 1ºS	162.0	P: TP-45.0	0.00%		Não	6.0
Análise de Projetos de Investimento	CEM	Semestral 2ºS	162.0	P: PL-45.0	0.00%		Não	6.0
Ética e Responsabilidade Social / Opção 1	T-IPVC	Semestral 2ºS	81.0	P: TP-45.0	0.00%	UC de Opção	Não	3.0
Marketing Internacional	MeP	Semestral 2ºS	162.0	P: TP-45.0	0.00%		Não	6.0
Marketing Social e Não Lucrativo	MeP	Semestral 2ºS	81.0	P: TP-45.0	0.00%		Não	3.0
Projeto Final II	CEM	Semestral 2ºS	162.0	P: TP-69.0 AD: TP-3.0 SD: TP-3.0	8.00%		Não	6.0
Relações Públicas e Assessoria de Imprensa	MeP	Semestral 2ºS	162.0	P: TP-45.0	0.00%		Não	6.0
Total: 12								

4.5. Percentagem de ECTS à distância

4.5. Percentagem de créditos ECTS de unidades curriculares lecionadas predominantemente a distância.

0.0

4.6. Observações Reestruturação curricular

4.6. Observações. (PT)

O Modelo Pedagógico do IPVC estabelece que até um total de 9 ECTS possam ser realizados, opcionalmente e por iniciativa do/a estudante, através das seguintes vias alternativas: i) realização de UC de outros cursos do IPVC; ii) e obtenção de microcreditações através da realização de formações de curta duração creditadas (com nível 7). As UCs realizáveis (substituíveis) através de vias alternativas são propostas previamente pela Comissão de Curso e não põem em causa a componente da(s) área(s) fundamentais do curso, nem as condições para certificação profissional onde esta é requerida.

No caso particular do CE em avaliação estão consideradas apenas 3ECTS por via alternativa.

Os CTC e as Comissões de Creditação intervêm no processo, no âmbito das suas competências. O princípio deverá ser de autonomia do/a estudante na escolha de formas de obtenção dos créditos em causa. Deverão ainda ser considerados os meios previstos no quadro legal em vigor sobre creditação de formação e de experiência profissional.

Foi ainda reformulada a preponderância da área fundamental para Marketing e Publicidade no CE. A outra área fundamental, embora secundária, com 45 ECTS, correspondente a 25% da totalidade das áreas científicas, é Ciências Empresariais (CEM).

4.6. Observações. (EN)

The IPVC Pedagogical Model establishes that up to a total of 9 ECTS can be taken, optionally and at the student's initiative, through the following alternative routes: i) taking UCs from other IPVC courses; ii) and obtaining micro-credits by taking accredited short courses (at level 7). The UC that can be taken (substituted) through alternative routes are proposed in advance by the Course Committee and do not jeopardise the component of the fundamental area(s) of the course, nor the conditions for professional certification where this is required.

In the particular case of the EC under evaluation, only 3ECTS are considered by alternative route.

The CTCs and Accreditation Committees intervene in the process within the scope of their competences. The principle should be student autonomy in choosing how to obtain the credits in question. The means provided for in the current legal framework for accrediting training and professional experience should also be taken into account.

The preponderance of the core area of Marketing and Advertising in the programme has also been reformulated. The other fundamental area, albeit secondary, with 45 ECTS, corresponding to 25 per cent of all scientific areas, is Business Sciences (CEM).

5. Pessoal Docente

5.1. Docente(s) responsável(eis) pela coordenação da implementação do ciclo de estudos.

• Álvaro Miguel da Costa Cairrão

5.2. Pessoal docente do ciclo de estudos

Nome	Categoria	Grau	Vínculo	Especialista	Regime de tempo	Informação
Álvaro Miguel da Costa Cairrão	Professor Adjunto ou equivalente	Doutor Ciências da Comunicação	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018		100	Ficha Submetida CienciaVitae OrcID
Jorge Manuel Esparteiro Garcia	Professor Adjunto ou equivalente	Doutor Engenharia Informática	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018		100	Ficha Submetida CienciaVitae OrcID

**Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE
em Funcionamento**

Nome	Categoria	Grau	Vínculo	Especialista	Regime de tempo	Informação
Eva da Silva Lima	Professor Adjunto ou equivalente	Doutor Humanidades	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018		100	Ficha Submetida OrcID
Helena Sofia Ferreira Rodrigues	Professor Adjunto ou equivalente	Doutor Matemática	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018		100	Ficha Submetida CienciaVitae OrcID
Maria Luísa Parente Pinheiro de Almeida	Equiparado a Professor Adjunto ou equivalente	Doutor Ciências da Educação	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018		100	Ficha Submetida OrcID
Florbela Maria da Cruz Domingues Correia	Professor Coordenador ou equivalente	Doutor Doutoramento em Engenharia Industrial e de Sistemas – área de especialização em Métodos Numéricos e Estatísticos	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018		100	Ficha Submetida OrcID
Manuel José Serra da Fonseca	Professor Adjunto ou equivalente	Doutor Ciências da Informação	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018		100	Ficha Submetida CienciaVitae OrcID
Iolanda Maria Reino Vieira	Professor Adjunto ou equivalente	Doutor Gestão	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018		100	Ficha Submetida CienciaVitae OrcID
José Carlos Vieira de Sá	Professor Adjunto ou equivalente	Mestre Engenharia Industrial	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018	Sim Gestão da Qualidade	20	Ficha Submetida CienciaVitae OrcID
Lia Coelho de Oliveira	Professor Adjunto ou equivalente	Doutor Engenharia de Produção e Sistemas	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018		100	Ficha Submetida CienciaVitae OrcID
Pedro Miguel Fonseca Moreira de Carvalho	Professor Adjunto ou equivalente	Doutor Ciências Empresariais	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018		100	Ficha Submetida CienciaVitae OrcID

Nome	Categoria	Grau	Vínculo	Especialista	Regime de tempo	Informação
João Paulo da Torre Vieito	Professor Coordenador ou equivalente	Doutor Ciências Empresariais - Especialização em Finanças	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018		100	Ficha Submetida OrcID
Teresa Cristina Fernandes Ferreira Madureira	Professor Adjunto ou equivalente	Doutor Ciências Empresariais	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018		100	Ficha Submetida CienciaVitae OrcID
Ana Paula Martins da Silva	Professor Adjunto ou equivalente	Doutor Ciências Empresariais	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018		100	Ficha Submetida CienciaVitae OrcID
Helena Maria da Silva Santos Rodrigues	Professor Coordenador ou equivalente	Doutor Gestão	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018		100	Ficha Submetida CienciaVitae OrcID
Sérgio Manuel da Costa Machado	Professor Adjunto ou equivalente	Doutor Direito	Outro vínculo		50	Ficha Submetida CienciaVitae OrcID
Duarte José Vilarinho Afonso	Assistente convidado ou equivalente	Licenciado Engenharia Informática	Outro vínculo		50	Ficha Submetida CienciaVitae OrcID
Manuel Joaquim de Sousa Pereira	Professor Adjunto ou equivalente	Doutor Ciências da Comunicação	Outro vínculo		70	Ficha Submetida CienciaVitae OrcID
Elvira Pacheco Vieira	Equiparado a Professor Adjunto ou equivalente	Doutor Economia	Outro vínculo		40	Ficha Submetida CienciaVitae OrcID
Álvaro José da Silva	Equiparado a Professor Adjunto ou equivalente	Licenciado Gestão Financeira	Outro vínculo	Sim Contabilidade Empresarial	55	Ficha Submetida OrcID
Luís Carlos Branco Barros	Assistente convidado ou equivalente	Mestre Ciências Empresariais	Outro vínculo		50	Ficha Submetida CienciaVitae OrcID
Paula Cristina Ribeiro de Oliveira	Assistente convidado ou equivalente	Doutor Ciências da Comunicação	Outro vínculo		55	Ficha Submetida CienciaVitae OrcID
Jorge Remondes de Sousa	Professor Adjunto ou equivalente	Doutor Marketing e Publicidade	Outro vínculo		20	Ficha Submetida OrcID
					Total: 1810	

5.2.1. Ficha curricular do docente

5.2.1.1. Dados Pessoais - José Carlos Vieira de Sá

Vínculo com a IES

Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018

Categoria

Professor Adjunto ou equivalente

Grau Associado

Sim

Grau

Mestrado - 2º ciclo

Área científica deste grau académico (PT)

Engenharia Industrial

Área científica deste grau académico (EN)

Industrial Engineering

Ano em que foi obtido este grau académico

2010

Instituição que conferiu este grau académico

Universidade do Minho

Título de Especialista (Art. 3.º alínea g) do DL n.º 74/2006, de 24 de março na redação do DL n.º 65/2018, 16 de Agosto)

Sim

Área científica do título de especialista (PT)

Gestão da Qualidade

Área científica do título de especialista (EN)

Quality Management

Ano em que foi obtido o título de especialista

2015

Regime de dedicação na instituição que submete a proposta (%)

20

CienciaVitae

C91E-F5C8-46C7

Orcid

0000-0002-2228-5348

5.2.1.2. Filiação Unidades de Investigação - José Carlos Vieira de Sá

Unidades de Investigação	Classificação FCT	Instituição de ensino superior (IES)	Tipo unidade investigação	Docente Integrado
Centro de Investigação ALGORITMI (ALGORITMI)	Muito Bom	Universidade do Minho (UM)	Outro	
Centro para o Desenvolvimento Rápido e Sustentado de Produto (CDRSP)	Excelente	Instituto Politécnico de Leiria (IPLeiria)	Outro	
Laboratório Associado de Energia, Transportes e Aeronáutica (LAETA)	Excelente	INEGI - Instituto de Ciência e Inovação em Engenharia Mecânica e Engenharia Industrial (INEGI/UP)	Outro	

5.2.1.3. Outros graus académicos ou títulos - José Carlos Vieira de Sá

Ano	Grau ou Título	Área	Instituição	Classificação
1998	Licenciatura	Engenharia de Produção	Universidade do Minho	13

5.2.1.4. Formação pedagógica - José Carlos Vieira de Sá

5.2.1.5. Distribuição do serviço docente - José Carlos Vieira de Sá

Unidade Curricular	Ciclo de estudos	Total horas contacto	T	TP	PL	TC	S	E	OT	O
Sistemas de Gestão da Qualidade	Licenciatura	48.0		48.0						
Gestão de Armazéns e Inventários	Mestrado	2.0					2.0			
Gestão de Projetos e Operações	Licenciatura	63.0		46.0			3.0		4.0	10.0

5.2.1.1. Dados Pessoais - Álvaro Miguel da Costa Cairrão

Vínculo com a IES

Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018

Categoria

Professor Adjunto ou equivalente

Grau Associado

Sim

Grau

Doutoramento - 3º ciclo

Área científica deste grau académico (PT)

Ciências da Comunicação

Área científica deste grau académico (EN)

Communication Sciences

Ano em que foi obtido este grau académico

2004

Instituição que conferiu este grau académico

Universidade Autónoma de Barcelona

Título de Especialista (Art. 3.º alínea g) do DL n.º 74/2006, de 24 de março na redação do DL n.º 65/2018, 16 de Agosto)

Não

Área científica do título de especialista (PT)

[sem resposta]

Área científica do título de especialista (EN)

[no answer]

Ano em que foi obtido o título de especialista

-

Regime de dedicação na instituição que submete a proposta (%)

100

CienciaVitae

1011-D66B-1D48

Orcid

0000-0002-1172-7884

5.2.1.2. Filiação Unidades de Investigação - Álvaro Miguel da Costa Cairrão

Unidades de Investigação	Classificação FCT	Instituição de ensino superior (IES)	Tipo unidade investigação	Docente Integrado
Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (CECS)	Excelente	Universidade do Minho (UM)	Outro	

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE
em Funcionamento

5.2.1.3. Outros graus académicos ou títulos - Álvaro Miguel da Costa Cairrão

Ano	Grau ou Título	Área	Instituição	Classificação
1999	Master	Publicidade e Relações Públicas	Universidade Autónoma de Barcelona	Sobresaliente con Matricula de Honor
1998	Diploma de Estudos Superiores Especializados	Publicidade e Relações Públicas	Universidade Autónoma de Barcelona	Notable
1996	Licenciatura	Relações Públicas	Universidade Fernando Pessoa	16

5.2.1.4. Formação pedagógica - Álvaro Miguel da Costa Cairrão

Formação pedagógica relevante para a docência
CONCEÇÃO DE ATIVIDADES/UC EM E/B-LEARNING (6 ECTS)_30h
Questões de Pedagogia no Ensino Superior 1ECTS_27h
Mentoria_2,5h
Avaliação da Aprendizagem Online Feedback e acompanhamento_2h
Criar conteúdos Interativos e Criativos com H5P_1h
Desenho e implementação da gamificação na aprendizagem_1h
Do Chat GPT ao Copyloto: a inteligência artificial já está aí_1h30
Estratégias e práticas criativas com as tecnologias digitais_1h
Ferramentas digitais suportadas pela Inteligência Artificial para a conceção de conteúdos de aprendizagem_2h
Gamificação na Aprendizagem com Genially_1h30
Metodologia de Coaching – ferramentas de avaliação de estilos de aprendizagem_1h
Potenciar o ChatGPT para melhorar a Aprendizagem: 12 Técnicas e Práticas Eficazes_1h
Promover a criatividade com percursos imersivos digitais_1h
Tudo sobre a nova versão Moodle 4: O que mudou e como vai evoluir_1h
Educação Digital e Inovação_2h
Utilização do Moodle: Ideias e Sugestões para Aumentar a Participação de Alunos nas Unidades Curriculares_2h
Estratégias e práticas criativas com as tecnologias digitais_1h
A aula invertida e o líder de grupo – a responsabilização dos alunos na aprendizagem_2h
Gamificação da Aprendizagem_2h
Ação de Formação de Curta Duração:"Inteligência Artificial Generativa na Educação"_4h
Design Thinking (3ECTS)_24h
Aula Invertida_3h
Estratégias Ativas de Aprendizagem_2h
Gamificação_3h

5.2.1.5. Distribuição do serviço docente - Álvaro Miguel da Costa Cairrão

Unidade Curricular	Ciclo de estudos	Total horas contacto	T	TP	PL	TC	S	E	OT	O
Comunicação Integrada de Marketing	Marketing e Comunicação Empresarial	68.0		48.0					6.0	14.0
Marketing Internacional	Marketing e Comunicação Empresarial	58.0		48.0					6.0	4.0
Estratégia e Competitividade	Marketing e Comunicação Empresarial	48.0		32.0					6.0	10.0
Projeto Final	Marketing e Comunicação Empresarial	67.0		47.0			4.0		8.0	8.0
Projecto Final em Ciências Empresariais	Organização e Gestão Empresariais	74.0		40.0			4.0		30.0	
Negócios Internacionais	Organização e Gestão Empresariais	54.0		48.0					6.0	
Estratégia Empresarial e Internacionalização	Contabilidade e Fiscalidade	2.0		2.0						
Novas Tendências de Marketing	Marketing (Mestrado)	8.0		8.0						
Metodologia de Investigação	Marketing (Mestrado)	16.0		16.0						
Comunicação e Marketing	Fisiologia do Exercício e Promoção da Saúde (Mestrado)	24.0	16.0						8.0	
Estratégia e Marketing Internacional	Marketing (Mestrado)	16.0		16.0						
Marketing Relacional e Social Media	Marketing (Mestrado)	16.0		16.0						
Gestão do Produto e do Preço	Marketing e Comunicação Empresarial	29.0		24.0			2.0		3.0	

5.2.1.1. Dados Pessoais - Jorge Manuel Esparteiro Garcia

Vínculo com a IES

Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018

Categoria

Professor Adjunto ou equivalente

Grau Associado

Sim

Grau

Doutoramento - 3º ciclo

Área científica deste grau académico (PT)

Engenharia Informática

Área científica deste grau académico (EN)

Informatics Engineering

Ano em que foi obtido este grau académico

2016

Instituição que conferiu este grau académico

Universidade do Porto - Faculdade de Engenharia

Título de Especialista (Art. 3.º alínea g) do DL n.º 74/2006, de 24 de março na redação do DL n.º 65/2018, 16 de Agosto)

Não

Área científica do título de especialista (PT)

[sem resposta]

Área científica do título de especialista (EN)

[no answer]

Ano em que foi obtido o título de especialista

-

Regime de dedicação na instituição que submete a proposta (%)

100

CienciaVitae

FC10-68A7-C36A

Orcid

0000-0001-5710-5557

5.2.1.2. Filiação Unidades de Investigação - Jorge Manuel Esparteiro Garcia

Unidades de Investigação	Classificação FCT	Instituição de ensino superior (IES)	Tipo unidade investigação	Docente Integrado
INESC TEC - INESC Tecnologia e Ciência (INESC TEC)	Muito Bom	Inesc Tec - Instituto de Engenharia de Sistemas e Computadores, Tecnologia e Ciência (INESC TEC)	Outro	

5.2.1.3. Outros graus académicos ou títulos - Jorge Manuel Esparteiro Garcia

Ano	Grau ou Título	Área	Instituição	Classificação
2007	Mestrado	Engenharia Informática	Universidade do Porto - Faculdade de Engenharia	
2004	Licenciatura	Ciência de Computadores	Universidade do Porto - Faculdade de Ciências	

5.2.1.4. Formação pedagógica - Jorge Manuel Esparteiro Garcia

Formação pedagógica relevante para a docência
Formação pedagógica de docentes para a Utilização de E-learning e B-Learning (40 horas) - 2008
Conceção de Atividades/UC em E/B-Learning (6 ECTS) - 2022
Metodologia de Ensino e Aprendizagem - Designing Student-Centered Learning Experiences - 2018

5.2.1.5. Distribuição do serviço docente - Jorge Manuel Esparteiro Garcia

Unidade Curricular	Ciclo de estudos	Total horas contacto	T	TP	PL	TC	S	E	OT	O
Marketing Digital	Marketing	16.0		16.0						
Marketing Relacional e Social Media	Marketing	16.0		16.0						
Aplicações e Sistemas Informáticos de Gestão	Gestão da Distribuição e Logística	64.0		64.0						
Laboratório de Comunicação Multimédia	Marketing e Comunicação Empresarial	58.0		48.0			4.0		6.0	
Sistemas de Informação de Marketing	Marketing e Comunicação Empresarial	54.0		48.0					6.0	
Tecnologia de Desenho e Produção Gráfica	Marketing e Comunicação Empresarial	54.0		48.0					6.0	
Web Marketing e Comércio Eletrónico	Marketing e Comunicação Empresarial	62.0		48.0			8.0		6.0	
Tecnologia de Informação e Comunicação	Marketing e Comunicação Empresarial	54.0		48.0				0.0	2.0	4.0

5.2.1.1. Dados Pessoais - Eva da Silva Lima

Vínculo com a IES

Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018

Categoria

Professor Adjunto ou equivalente

Grau Associado

Sim

Grau

Doutoramento - 3º ciclo

Área científica deste grau académico (PT)

Humanidades

Área científica deste grau académico (EN)

Humanities

Ano em que foi obtido este grau académico

1997

Instituição que conferiu este grau académico

Universidade do Porto

Título de Especialista (Art. 3.º alínea g) do DL n.º 74/2006, de 24 de março na redação do DL n.º 65/2018, 16 de Agosto)

Não

Área científica do título de especialista (PT)

[sem resposta]

Área científica do título de especialista (EN)

[no answer]

Ano em que foi obtido o título de especialista

-

Regime de dedicação na instituição que submete a proposta (%)

100

CienciaVitae

-

Orcid

0009-0006-2145-9226

Autorização para que as informações pessoais sejam guardadas e utilizadas para fins funcionais e analíticos

Sim

5.2.1.2. Filiação Unidades de Investigação - Eva da Silva Lima

5.2.1.3. Outros graus académicos ou títulos - Eva da Silva Lima

Ano	Grau ou Título	Área	Instituição	Classificação
1993	DEA	Humanidades	Université Lyon 2	Bien
1982	Licenciatura em Línguas e Literaturas Modernas	Humanidades	Universidade do Porto	14

5.2.1.4. Formação pedagógica - Eva da Silva Lima

Formação pedagógica relevante para a docência
Está'gio Em Ensino de Línguas estrangeiras

5.2.1.5. Distribuição do serviço docente - Eva da Silva Lima

Unidade Curricular	Ciclo de estudos	Total horas contacto	T	TP	PL	TC	S	E	OT	O
Inglês Técnico	Contabilidade e Gestão PME	32.0		32.0						
Inglês I	Organização e Gestão Empresariais	48.0	0.0	48.0						
Inglês II	Organização e Gestão Empresariais	48.0	0.0	48.0						
Inglês I	Marketing e Comunicação Empresarial	48.0		48.0						
Inglês II	Marketing e Comunicação Empresarial	48.0	0.0	48.0						
Inglês Técnico I	Gestão da Distribuição e Logística	32.0		32.0						
Inglês Técnico II	Gestão da Distribuição e Logística	32.0	0.0	32.0						
Inglês III	Organização e Gestão Empresariais	48.0		48.0						
Inglês IV	Organização e Gestão Empresariais	96.0	48.0	48.0						

5.2.1.1. Dados Pessoais - Helena Sofia Ferreira Rodrigues

Vínculo com a IES

Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018

Categoria

Professor Adjunto ou equivalente

Grau Associado

Sim

Grau

Doutoramento - 3º ciclo

Área científica deste grau académico (PT)

Matemática

Área científica deste grau académico (EN)

Mathematics

Ano em que foi obtido este grau académico

2012

Instituição que conferiu este grau académico

Universidade de Aveiro e Universidade do Minho

Título de Especialista (Art. 3.º alínea g) do DL n.º 74/2006, de 24 de março na redação do DL n.º 65/2018, 16 de Agosto)

Não

Área científica do título de especialista (PT)

[sem resposta]

Área científica do título de especialista (EN)

[no answer]

Ano em que foi obtido o título de especialista

-

Regime de dedicação na instituição que submete a proposta (%)

100

CienciaVitae

DA17-66FE-09A6

Orcid

0000-0002-6319-7782

5.2.1.2. Filiação Unidades de Investigação - Helena Sofia Ferreira Rodrigues

Unidades de Investigação	Classificação FCT	Instituição de ensino superior (IES)	Tipo unidade investigação	Docente Integrado
Centro de Investigação e Desenvolvimento em Matemática e Aplicações (CIDMA)	Muito Bom	Universidade de Aveiro (UA)	Outro	

5.2.1.3. Outros graus académicos ou títulos - Helena Sofia Ferreira Rodrigues

Ano	Grau ou Título	Área	Instituição	Classificação
2006	Mestrado em Matemática Computacional	Matemática	Universidade do Minho	Muito Bom
2002	Licenciatura em Ensino de Matemática	Matemática	Universidade do Minho	15

5.2.1.4. Formação pedagógica - Helena Sofia Ferreira Rodrigues

Formação pedagógica relevante para a docência
Licenciatura em Ensino de Matemática
Conceção de atividades/UC em E/B-learning, Centro de Inovação do Politécnico do Porto (30h)
Simuladores computacionais na aprendizagem das ciências e da Matemática, Jornadas Interinstitucionais de Desenvolvimento Pedagógico (2h)
Planificação de Aprendizagem baseada em Projetos Interdisciplinares, IPVC (2h)
Gamificação, Jornadas Interdisciplinares de Desenvolvimento Pedagógico (2h)

5.2.1.5. Distribuição do serviço docente - Helena Sofia Ferreira Rodrigues

Unidade Curricular	Ciclo de estudos	Total horas contacto	T	TP	PL	TC	S	E	OT	O
Matemática	Licenciatura em Contabilidade e Fiscalidade	56.0		56.0						
Matemática	Licenciatura em Marketing e Comunicação Empresarial	86.0		80.0					6.0	
Estatística I	Licenciatura em Contabilidade e Fiscalidade	56.0		56.0						
Métodos Quantitativos I	Licenciatura em Marketing e Comunicação Empresarial	70.0		64.0					6.0	
Métodos Quantitativos I	Licenciatura em Marketing e Comunicação Empresarial	70.0		64.0					6.0	
Estatística II	Licenciatura em Contabilidade e Fiscalidade	24.0		24.0						
Instrumentos de Gestão	Mestrado em Logística	25.0		20.0					5.0	
Metodologias de Investigação	Mestrado em Marketing	16.0		16.0						

5.2.1.1. Dados Pessoais - Maria Luísa Parente Pinheiro de Almeida

Vínculo com a IES

Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018

Categoria

Equiparado a Professor Adjunto ou equivalente

Grau Associado

Sim

Grau

Doutoramento - 3º ciclo

Área científica deste grau académico (PT)

Ciências da Educação

Área científica deste grau académico (EN)

Education Sciences

Ano em que foi obtido este grau académico

2014

Instituição que conferiu este grau académico

Faculdade de Psicologia e Ciências da Educação da Universidade do Porto

Título de Especialista (Art. 3.º alínea g) do DL n.º 74/2006, de 24 de março na redação do DL n.º 65/2018, 16 de Agosto)

Não

Área científica do título de especialista (PT)

[sem resposta]

Área científica do título de especialista (EN)

[no answer]

Ano em que foi obtido o título de especialista

-

Regime de dedicação na instituição que submete a proposta (%)

100

CienciaVitae

-

Orcid

0000-0001-8949-7444

5.2.1.2. Filiação Unidades de Investigação - Maria Luísa Parente Pinheiro de Almeida

Unidades de Investigação	Classificação FCT	Instituição de ensino superior (IES)	Tipo unidade investigação	Docente Integrado
Instituto de Sociologia da Universidade do Porto (IS-UP)	Muito Bom	Faculdade de Letras da Universidade do Porto (FL/UP)	Outro	

5.2.1.3. Outros graus académicos ou títulos - Maria Luísa Parente Pinheiro de Almeida

Ano	Grau ou Título	Área	Instituição	Classificação
2004	Mestre	Sociologia	Faculdade de Letras da Universidade do Porto	Muito Bom
1998	Licenciatura	Sociologia	Faculdade de Letras da Universidade do Porto	14 valores

5.2.1.4. Formação pedagógica - Maria Luísa Parente Pinheiro de Almeida

Formação pedagógica relevante para a docência
Workshop sobre estratégias ativas de aprendizagens (2 horas). Entidade formadora; Universidade de Aveiro/ Centro de Investigação em Didática e Tecnologia na Formação de Formadores
Gamificação (3 horas). Participação no workshop sobre Gamificação, promovido pelo IPVC no âmbito do Projeto Linea
O uso de game-based learning na incorporação da sustentabilidade no ensino (2 horas). Jornadas Interinstitucionais de Desenvolvimento Pedagógico.
Conceção de conteúdos de aprendizagem interativos com o Genially (2 horas). Entidade Formadora: Forma-te
A pegada digital do aluno enquanto elemento de avaliação diagnóstica e formativa (1 hora). Jornadas Interinstitucionais de Desenvolvimento Pedagógico.
Acessibilidade em contextos online (1 hora). Jornadas Interinstitucionais de Desenvolvimento Pedagógico.
O novo papel do Educador: Melhores práticas em contexto on-line (6 horas). IE University Publishing
Operacionalizando Future Skills na sala de aula (3 horas). Jornadas Interinstitucionais de Desenvolvimento Pedagógico.
Criando questionários na plataforma moodle (10 horas). LUMINA: Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

5.2.1.5. Distribuição do serviço docente - Maria Luísa Parente Pinheiro de Almeida

Unidade Curricular	Ciclo de estudos	Total horas contacto	T	TP	PL	TC	S	E	OT	O
Sociologia do Consumo	Licenciatura em Marketing e Comunicação Empresarial	54.0		48.0					6.0	
Ética e Responsabilidade social	Licenciatura em Marketing e Comunicação Empresarial	58.0		48.0					6.0	4.0
Gestão de Recursos Humanos	Licenciatura em Organização e Gestão Empresariais	54.0		48.0					6.0	
Ética Empresarial	Licenciatura em Organização e Gestão Empresariais	54.0		48.0					6.0	
Gestão de Recursos Humanos	Licenciatura em Gestão da Distribuição e Logística	48.0		48.0						
Relacionamento Interpessoal, Liderança e Negociação	Licenciatura em Gestão da Distribuição e Logística	48.0		48.0						
Ética e Responsabilidade Social	Licenciatura em Gestão da Distribuição e Logística	32.0		32.0						
Gestão de Recursos Humanos	Licenciatura em Contabilidade e Fiscalidade	48.0		48.0						
Ética e Deontologia Profissional	Licenciatura em Contabilidade e Fiscalidade	16.0		16.0						

5.2.1.1. Dados Pessoais - Florbela Maria da Cruz Domingues Correia

Vínculo com a IES

Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018

Categoria

Professor Coordenador ou equivalente

Grau Associado

Sim

Grau

Doutoramento - 3º ciclo

Área científica deste grau académico (PT)

Doutoramento em Engenharia Industrial e de Sistemas – área de especialização em Métodos Numéricos e Estatísticos

Área científica deste grau académico (EN)

[no answer]

Ano em que foi obtido este grau académico

2010

Instituição que conferiu este grau académico

Universidade do Minho

Título de Especialista (Art. 3.º alínea g) do DL n.º 74/2006, de 24 de março na redação do DL n.º 65/2018, 16 de Agosto)

Não

Área científica do título de especialista (PT)

[sem resposta]

Área científica do título de especialista (EN)

[no answer]

Ano em que foi obtido o título de especialista

-

Regime de dedicação na instituição que submete a proposta (%)

100

CienciaVitae

-

Orcid

0000-0002-1787-4084

5.2.1.2. Filiação Unidades de Investigação - Florbela Maria da Cruz Domingues Correia

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE
em Funcionamento

5.2.1.3. Outros graus académicos ou títulos - Florbela Maria da Cruz Domingues Correia

Ano	Grau ou Título	Área	Instituição	Classificação
1997	Mestrado	Matemática Aplicada à Economia e à Gestão - área de especialização em Estatística e Econometria	Instituto Superior de Economia e Gestão da Universidade Técnica de Lisboa	
1989	Licenciatura	Matemática	Universidade do Porto	

5.2.1.4. Formação pedagógica - Florbela Maria da Cruz Domingues Correia

Formação pedagógica relevante para a docência	
2001	Participação no Curso “Formar Pais e Professores para Educar”, promovido pela Câmara Municipal da Trofa, com a duração de 48 horas e composto pelos módulos Educação, Família, Criatividade e Arte.
2002	Participação no Seminário “O Ensino da Matemática – situação e perspetivas”, realizado pelo Conselho Nacional de Educação, a 28 de novembro, em Lisboa
2002	Frequência do Curso de formação profissional “Cidadania: Experiências e Desafios”, com a duração de 40 horas, ministrado em Valença pela Bússola, entidade acreditada pelo INOFOR.
2003	Participação no I Seminário “Pelo Futuro...pensar o presente, construir o futuro, apostar no desenvolvimento das nossas crianças”, realizado em Valença, no dia 10 de abril.
2013	Participação na Conferência “Internacionalização do Ensino Superior: oportunidades, programas e graus conjuntos”, realiza pela Direção-Geral do Ensino Superior, no dia 14 de novembro, no Teatro Thalia, em Lisboa.
2016	Participação na ação de formação “Sessão de esclarecimento – Projeto Ancoragem do Abandono IPVC”, promovido pelo IPVC no dia 19 de maio.
2020	Participação na ação de formação “Planificação de Aprendizagem baseada em projetos interdisciplinares (PBL), integrada no projeto OECD-CERI – Fostering and assessing students creativity and critical thinking in higher education and teacher education”, Viana do Castelo, 4 de fevereiro.
2022	Participação nas ações de formação “Questões de pedagogia no ensino superior”, em regime E-learning, num total de 27 horas (12 horas online síncronas, distribuídas em 6 sessões), a que corresponde 1 ECTS na área de formação 141
2023	Participação na formação: “Avaliação da Aprendizagem – para onde queremos ir?”, - com a duração de 2 horas, dinamizada por Hermínia Brites Dias, integrada nas Jornadas Interinstitucionais de Desenvolvimento Pedagógico, que decorreu no dia 20 deOutubro.
2023	Participação no Webinar “Salário Emocional - quando o dinheiro não é tudo”, que se realizará no próximo dia 28 de março, entre as 17h e as 18h30, organizado numa parceria entre o Consórcio Maior Empregabilidade (CME) e o grupo Adecco.
2023	Participação no Webinar “A Pedagogia e o ChatGPT no Politécnico de Coimbra: Perguntas e Respostas à Queima-Roupa, com António Dias de Figueiredo”, com a duração total de 1 hora e 30 minutos, no dia 30 de maio, organizado pelo Gabinete de Valorização Profissional e Inovação Pedagógica (GAVIP) do Instituto Politécnico de Coimbra.
2023	Participação no workshop sobre Gamificação, promovido pelo IPVC no âmbito do Projeto Linea, que decorreu nos dias 6 e 19 de janeiro, com a duração de 3horas.
2023	Participação no workshop sobre Aula Invertida, promovido pelo IPVC no âmbito do Projeto Linea, que decorreu nos dias 4 e 16 de janeiro, com a duração de 3horas.
1988/1989 Estágio Profissional: Componente Pedagógica na Escola Secundária Infante D. Henrique, no Porto, no âmbito da licenciatura em Matemática, via ensino	

5.2.1.5. Distribuição do serviço docente - Florbela Maria da Cruz Domingues Correia

Unidade Curricular	Ciclo de estudos	Total horas contacto	T	TP	PL	TC	S	E	OT	O
Métodos Quantitativos II	Marketing e Comunicação Empresarial	70.0		64.0					6.0	
Métodos Quantitativos II	Organização e Gestão Empresariais	70.0		64.0					6.0	
Métodos Quantitativos I	Organização e Gestão Empresariais	70.0		64.0					6.0	
Métodos Quantitativos I	Organização e Gestão Empresariais	70.0		64.0					6.0	
Matemática Aplicada	Organização e Gestão Empresariais	70.0		64.0					6.0	

5.2.1.1. Dados Pessoais - Manuel José Serra da Fonseca

Vínculo com a IES

Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018

Categoria

Professor Adjunto ou equivalente

Grau Associado

Sim

Grau

Doutoramento - 3º ciclo

Área científica deste grau académico (PT)

Ciências da Informação

Área científica deste grau académico (EN)

Information Sciences

Ano em que foi obtido este grau académico

2012

Instituição que conferiu este grau académico

Universidade Fernando Pessoa

Título de Especialista (Art. 3.º alínea g) do DL n.º 74/2006, de 24 de março na redação do DL n.º 65/2018, 16 de Agosto)

Não

Área científica do título de especialista (PT)

[sem resposta]

Área científica do título de especialista (EN)

[no answer]

Ano em que foi obtido o título de especialista

-

Regime de dedicação na instituição que submete a proposta (%)

100

CienciaVitae

691D-6753-BE59

Orcid

0000-0002-3290-8449

5.2.1.2. Filiação Unidades de Investigação - Manuel José Serra da Fonseca

Unidades de Investigação	Classificação FCT	Instituição de ensino superior (IES)	Tipo unidade investigação	Docente Integrado
Unidade de Investigação Aplicada em Gestão (UNIAG)	Bom	Instituto Politécnico de Bragança (IPBragança)	Institucional	

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE
em Funcionamento

5.2.1.3. Outros graus académicos ou títulos - Manuel José Serra da Fonseca

Ano	Grau ou Título	Área	Instituição	Classificação
1992	Bacharelato em Engenharia	Ciências da Comunicação	Universidade Fernando Pessoa	15 Valores
2001	Licenciatura em Engenharia Publicitária	Ciências da Comunicação	Universidade Fernando Pessoa	13 Valores
2008	Mestrado em Ciências da Comunicação – Ramo de Marketing e Comunicação Estratégica	Ciências da Comunicação – Ramo de Marketing e Comunicação Estratégica	Universidade Fernando Pessoa	17 Valores
2012	Doutoramento em Ciências da Informação - Especialização em Comunicação Publicitária	Ciências da Informação - Especialização em Comunicação Publicitária	Universidade Fernando Pessoa	Aprovado por unanimidade com felicitações do júri

5.2.1.4. Formação pedagógica - Manuel José Serra da Fonseca

Formação pedagógica relevante para a docência
"Competência Intercultural e Inglês como Meio de Instrução: como desenvolver uma pedagogia intercultural no ensino superior?" (2 horas)
"Diversificando os materiais pedagógicos com o H5P: da teoria à conceção" (1,5 horas)
"Metodologia de Ensino e Aprendizagem – Designing Student-Centered Learning Experiences"
Formação Profissional de Sistema de Gestão da Qualidade A3ES e ISSO 9001:2015 (8 horas)
"Planificação de Aprendizagem baseada em Projetos Interdisciplinares (PBL)" (6 horas)
"Mentoria" (2,5 horas)
"Introdução ao software Blender 3D como ferramenta de criação de conteúdos estáticos e animados para capacitação docente" (3 horas)
"Estratégias Ativas de Aprendizagem" (2 horas)
"Gamificação" (3 horas)
"Aula Invertida" (3 horas)
"Neurociências em sala de aula" (3 horas)
"Mentimeter: Potencialidades e Procedimentos" (2 horas)
"Conceção de Atividades/UC em E/B-Learning" (30 horas – 6 ECTS)
Demola International Project Studies - "Formação Profissional de Aprendizagem com base em Processos de Cocriação" (344 horas – 8 ECTS)
"Auditorias da Qualidade" (40 horas – 6ECTS)

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE
em Funcionamento

5.2.1.5. Distribuição do serviço docente - Manuel José Serra da Fonseca

Unidade Curricular	Ciclo de estudos	Total horas contacto	T	TP	PL	TC	S	E	OT	O
Marketing	Licenciatura em Gestão da Distribuição e Logística	46.0		46.0						
Comunicação Organizacional	Mestrado em Marketing	32.0		32.0						
Marketing Estratégico e Operacional	Mestrado em Marketing	16.0		16.0						
Marketing Industrial e de Serviços	Mestrado em Marketing	16.0		16.0						
Novas Tendências de Marketing	Mestrado em Marketing	8.0		8.0						
Projeto Final	Licenciatura em Marketing e Comunicação Empresarial	36.0		30.0			2.0		2.0	2.0
Comunicação Publicitária	Licenciatura em Marketing e Comunicação Empresarial	54.0		48.0					6.0	
Marketing Industrial	Licenciatura em Marketing e Comunicação Empresarial	21.0		16.0			1.0		2.0	2.0
Marketing Social e Não Lucrativo	Licenciatura em Marketing e Comunicação Empresarial	68.0		48.0			4.0		6.0	10.0
Relações Públicas e Assessoria de Imprensa	Licenciatura em Marketing e Comunicação Empresarial	66.0		48.0			4.0		6.0	8.0
Comunicação Empresarial	Licenciatura em Organização e Gestão Empresariais	54.0		48.0					6.0	

5.2.1.1. Dados Pessoais - Iolanda Maria Reino Vieira

Vínculo com a IES

Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018

Categoria

Professor Adjunto ou equivalente

Grau Associado

Sim

Grau

Doutoramento - 3º ciclo

Área científica deste grau académico (PT)

Gestão

Área científica deste grau académico (EN)

Management

Ano em que foi obtido este grau académico

2018

Instituição que conferiu este grau académico

Faculdade de Economia da Universidade do Porto

Título de Especialista (Art. 3.º alínea g) do DL n.º 74/2006, de 24 de março na redação do DL n.º 65/2018, 16 de Agosto)

Não

Área científica do título de especialista (PT)

[sem resposta]

Área científica do título de especialista (EN)

[no answer]

Ano em que foi obtido o título de especialista

-

Regime de dedicação na instituição que submete a proposta (%)

100

CienciaVitae

E915-57FB-97C3

Orcid

0000-0001-7474-6866

5.2.1.2. Filiação Unidades de Investigação - Iolanda Maria Reino Vieira

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE
em Funcionamento

5.2.1.3. Outros graus académicos ou títulos - Iolanda Maria Reino Vieira

Ano	Grau ou Título	Área	Instituição	Classificação
2002	Mestrado	Ciências Empresariais	Faculdade de Economia da Universidade do Porto	Muito bom
1998	Licenciatura	Gestão Financeira	Instituto superior de Contabilidade e Administração do Porto	16 valores
1995	Bacharelato	Gestão	Escola Superior de Tecnologia e Gestão - Instituto Politécnico de Viana do Castelo	16 valores

5.2.1.4. Formação pedagógica - Iolanda Maria Reino Vieira

Formação pedagógica relevante para a docência
"Planificação de Aprendizagem baseada em projetos interdisciplinares" integrada no projeto OECD-CERI (6 horas)
"Estudantes Ativamente Envolvidos nas Aulas com os seus telemóveis - Estratégias de Utilização de Audience Response Systems", integrada nas Jornadas Interinstitucionais de Desenvolvimento Pedagógico (2 horas)
"Diversificando a avaliação da aprendizagem: dos fundamentos à prática" integrada nas Jornadas Interinstitucionais de Desenvolvimento Pedagógico (2,5 horas)
"Utilização do Moodle: Ideias e Sugestões para Aumentar a Participação de Alunos nas Unidades Curriculares" integrada nas Jornadas Interinstitucionais de Desenvolvimento Pedagógico. (2 horas)
"O desenvolvimento de aprendizagens baseadas em projetos através da plataforma DreamShaper" integrada nas Jornadas Interinstitucionais de Desenvolvimento Pedagógico (2 horas)

5.2.1.5. Distribuição do serviço docente - Iolanda Maria Reino Vieira

Unidade Curricular	Ciclo de estudos	Total horas contacto	T	TP	PL	TC	S	E	OT	O
Pesquisa de Marketing	Licenciatura em Gestão	80.0	0.0	32.0	32.0	16.0				
Pesquisa de Marketing	Licenciatura em Gestão Regime Noturno	64.0		32.0	16.0	16.0				
Marketing	Licenciatura em Gestão	128.0		128.0						
Marketing	Licenciatura em Gestão Regime Noturno	64.0		64.0						
Projeto Empresarial I	Licenciatura em Gestão	44.0			44.0					
Gestão Estratégica e Marketing	Mestrado em Gestão das Organizações	20.0		20.0						
Pesquisa de Mercado	Marketing e Comunicação empresarial	2.0		2.0						

5.2.1.1. Dados Pessoais - Lia Coelho de Oliveira

Vínculo com a IES

Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018

Categoria

Professor Adjunto ou equivalente

Grau Associado

Sim

Grau

Doutoramento - 3º ciclo

Área científica deste grau académico (PT)

Engenharia de Produção e Sistemas

Área científica deste grau académico (EN)

[no answer]

Ano em que foi obtido este grau académico

2013

Instituição que conferiu este grau académico

Universidade do Porto

Título de Especialista (Art. 3.º alínea g) do DL n.º 74/2006, de 24 de março na redação do DL n.º 65/2018, 16 de Agosto)

Não

Área científica do título de especialista (PT)

[sem resposta]

Área científica do título de especialista (EN)

[no answer]

Ano em que foi obtido o título de especialista

-

Regime de dedicação na instituição que submete a proposta (%)

100

CienciaVitae

101A-1516-A0A7

Orcid

0000-0001-7563-740X

5.2.1.2. Filiação Unidades de Investigação - Lia Coelho de Oliveira

Unidades de Investigação	Classificação FCT	Instituição de ensino superior (IES)	Tipo unidade investigação	Docente Integrado
INESC TEC - INESC Tecnologia e Ciência (INESC TEC)	Muito Bom	Inesc Tec - Instituto de Engenharia de Sistemas e Computadores, Tecnologia e Ciência (INESC TEC)	Outro	

5.2.1.3. Outros graus académicos ou títulos - Lia Coelho de Oliveira

Ano	Grau ou Título	Área	Instituição	Classificação
2008	Mestrado	Engenharia e Gestão industrial	Universidade do Minho	16

5.2.1.4. Formação pedagógica - Lia Coelho de Oliveira

5.2.1.5. Distribuição do serviço docente - Lia Coelho de Oliveira

Unidade Curricular	Ciclo de estudos	Total horas contacto	T	TP	PL	TC	S	E	OT	O
Fundamentos de Logística	Licenciatura em Gestão da Distribuição e Logística	56.0	0.0	56.0						
Gestão das Cadeias de Abastecimento	Licenciatura em Gestão da Distribuição e Logística	64.0	0.0	64.0						
Gestão de Projetos e Operações	Marketing e Comunicação Empresarial	25.0		18.0			1.0		2.0	4.0
Gestão e Administração de Armazéns	Licenciatura em Gestão da Distribuição e Logística	56.0	0.0	56.0						
Gestão de Sistemas de Transportes	Licenciatura em Gestão da Distribuição e Logística	56.0	0.0	56.0						
Projeto Final em Sistemas Logísticos	Licenciatura em Gestão da Distribuição e Logística	122.0	0.0	122.0						
Planeamento e Controlo da Produção	Mestrado em Logística	10.0		8.0			2.0			
Gestão das Cadeias de Abastecimento	Mestrado em Logística	50.0		48.0		2.0				

5.2.1.1. Dados Pessoais - Pedro Miguel Fonseca Moreira de Carvalho

Vínculo com a IES

Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018

Categoria

Professor Adjunto ou equivalente

Grau Associado

Sim

Grau

Doutoramento - 3º ciclo

Área científica deste grau académico (PT)

Ciências Empresariais

Área científica deste grau académico (EN)

Business Sciences

Ano em que foi obtido este grau académico

2014

Instituição que conferiu este grau académico

Universidade da Extremadura

Título de Especialista (Art. 3.º alínea g) do DL n.º 74/2006, de 24 de março na redação do DL n.º 65/2018, 16 de Agosto)

Não

Área científica do título de especialista (PT)

[sem resposta]

Área científica do título de especialista (EN)

[no answer]

Ano em que foi obtido o título de especialista

-

Regime de dedicação na instituição que submete a proposta (%)

100

CienciaVitae

8316-FD77-85EB

Orcid

0000-0001-6349-3904

5.2.1.2. Filiação Unidades de Investigação - Pedro Miguel Fonseca Moreira de Carvalho

Unidades de Investigação	Classificação FCT	Instituição de ensino superior (IES)	Tipo unidade investigação	Docente Integrado
Centro de Investigação, Desenvolvimento e Inovação em Turismo (CITUR)	Bom	Instituto Politécnico de Leiria (IPLeiria)	Subsidiária	

5.2.1.3. Outros graus académicos ou títulos - Pedro Miguel Fonseca Moreira de Carvalho

Ano	Grau ou Título	Área	Instituição	Classificação
2004	Mestrado em Marketing			
1999	Licenciatura em Organização e Gestão de Empresas			

5.2.1.4. Formação pedagógica - Pedro Miguel Fonseca Moreira de Carvalho

Formação pedagógica relevante para a docência
Certificado de Aptidão Profissional para exercer a profissão de Formador, atribuído pelo Sistema Nacional de Certificação Profissional a 22 de outubro de 2003.
Formação Pedagógica Inicial de Formadores, com a duração de 98 horas, realizada na BEE Consulting em 2003.
Curso de Formação “Conceção de Atividades/uc em e/B-learning”, dinamizado pelo Centro de Inovação Pedagógica do Politécnico do Porto, concluído em 2023.
Curso de Formação: “Aprendizagem com base em processos de co-criação”, pela Escola Superior de Educação do Instituto Politécnico de Bragança, realizado em 2023.

5.2.1.5. Distribuição do serviço docente - Pedro Miguel Fonseca Moreira de Carvalho

Unidade Curricular	Ciclo de estudos	Total horas contacto	T	TP	PL	TC	S	E	OT	O
Introdução à Gestão	Licenciatura em Gestão	128.0		128.0						
Introdução à Gestão	Licenciatura em Gestão (Nocturno)	64.0		64.0						
Marketing	Licenciatura em Turismo (PL)	64.0		64.0						
Estratégia Empresarial	Licenciatura em Turismo (PL)	54.0	0.0	54.0						
Projeto Empresarial 2	Licenciatura em Gestão	8.0		0.0	8.0					
Projeto Empresarial 2	Licenciatura em Gestão (Nocturno)	4.0		0.0	4.0					
Gestão da Marca	Licenciatura em Marketing e Comunicação Empresarial	2.0		2.0						
Novas Tendências de Marketing	Mestrado em Marketing	8.0		8.0						

5.2.1.1. Dados Pessoais - João Paulo da Torre Vieito

Vínculo com a IES

Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018

Categoria

Professor Coordenador ou equivalente

Grau Associado

Sim

Grau

Doutoramento - 3º ciclo

Área científica deste grau académico (PT)

Ciências Empresariais - Especialização em Finanças

Área científica deste grau académico (EN)

Business Sciences - Specialization in Finance

Ano em que foi obtido este grau académico

2008

Instituição que conferiu este grau académico

Faculdade de Economia da Universidade do Porto

Título de Especialista (Art. 3.º alínea g) do DL n.º 74/2006, de 24 de março na redação do DL n.º 65/2018, 16 de Agosto)

Não

Área científica do título de especialista (PT)

[sem resposta]

Área científica do título de especialista (EN)

[no answer]

Ano em que foi obtido o título de especialista

-

Regime de dedicação na instituição que submete a proposta (%)

100

CienciaVitae

-

Orcid

0000-0002-0899-4930

5.2.1.2. Filiação Unidades de Investigação - João Paulo da Torre Vieito

Unidades de Investigação	Classificação FCT	Instituição de ensino superior (IES)	Tipo unidade investigação	Docente Integrado
Unidade de Investigação Aplicada em Gestão (UNIAG)	Bom	Instituto Politécnico de Bragança (IPBragança)	Institucional	

5.2.1.3. Outros graus académicos ou títulos - João Paulo da Torre Vieito

Ano	Grau ou Título	Área	Instituição	Classificação
2001	Mestrado	Finanças	Universidade Católica Portuguesa	14

5.2.1.4. Formação pedagógica - João Paulo da Torre Vieito

5.2.1.5. Distribuição do serviço docente - João Paulo da Torre Vieito

Unidade Curricular	Ciclo de estudos	Total horas contacto	T	TP	PL	TC	S	E	OT	O
Finanças Empresariais II	Gestão - Noturno	2.0		2.0						
Gestão Financeira e Análise de Investimentos	Gestão da Distribuição e Logística	64.0		64.0						
Análise de Projectos de Investimento	Contabilidade e Fiscalidade	48.0		48.0						
Finanças	Contabilidade e Fiscalidade	48.0	0.0	48.0						
Complementos de Finanças	Mestrado - Contabilidade e Finanças	4.0		0.0			4.0			
Economia e Finanças Empresariais	Mestrado em Logistica	2.0	0.0	0.0		0.0	2.0			
Projeto Final	Marketing e Comunicação Empresarial	37.0		33.0					2.0	2.0
Princípios de Finanças Empresariais	Marketing e Comunicação Empresarial	62.0	0.0	56.0	0.0	0.0	0.0		6.0	0.0
Avaliação e Gestão de Projectos	Organização e Gestão Empresariais	70.0		64.0					6.0	
Projecto Final em Ciências Empresariais	Organização e Gestão Empresariais	58.0	0.0	34.0			4.0		20.0	
Análise de Projectos de Investimento	Marketing e Comunicação Empresarial	34.0	0.0	24.0	0.0	0.0	2.0		3.0	5.0

5.2.1.1. Dados Pessoais - Teresa Cristina Fernandes Ferreira Madureira

Vínculo com a IES

Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018

Categoria

Professor Adjunto ou equivalente

Grau Associado

Sim

Grau

Doutoramento - 3º ciclo

Área científica deste grau académico (PT)

Ciências Empresariais

Área científica deste grau académico (EN)

Business and Management Ciences

Ano em que foi obtido este grau académico

2015

Instituição que conferiu este grau académico

Universidad de Extremadura

Título de Especialista (Art. 3.º alínea g) do DL n.º 74/2006, de 24 de março na redação do DL n.º 65/2018, 16 de Agosto)

Não

Área científica do título de especialista (PT)

[sem resposta]

Área científica do título de especialista (EN)

[no answer]

Ano em que foi obtido o título de especialista

-

Regime de dedicação na instituição que submete a proposta (%)

100

CienciaVitae

0119-47CC-D459

Orcid

0000-0001-9732-2900

5.2.1.2. Filiação Unidades de Investigação - Teresa Cristina Fernandes Ferreira Madureira

Unidades de Investigação	Classificação FCT	Instituição de ensino superior (IES)	Tipo unidade investigação	Docente Integrado
Centro de Investigação e Desenvolvimento em Sistemas Agroalimentares e Sustentabilidade (CISAS)	Bom	Instituto Politécnico de Viana do Castelo (IPVC)	Institucional	

5.2.1.3. Outros graus académicos ou títulos - Teresa Cristina Fernandes Ferreira Madureira

Ano	Grau ou Título	Área	Instituição	Classificação
1996	Licenciatura	Ciências Empresariais	Universidade Católica Portuguesa	12
2001	MBA	Ciências Empresarias	Universidade Católica Portuguesa	15
2005	Mestrado	Ciências Empresariais	Universidade Católica Portuguesa	Muito Bom

5.2.1.4. Formação pedagógica - Teresa Cristina Fernandes Ferreira Madureira

Formação pedagógica relevante para a docência
Conceção de atividades/UC em e/b-learning, Instituto Politécnico do Porto (6 ECT), 2022.
Educação a Distância e Digital: Projeto de UC em Ambiente Digital, Universidade Aberta (2 ECT), 2022.
Educação à Distância e Digital E-atividades no Desenho de Cursos, Universidade Aberta (1 ECT), 2022.
Docência Digital em Rede, Universidade Aberta (1 ECT), 2021.

5.2.1.5. Distribuição do serviço docente - Teresa Cristina Fernandes Ferreira Madureira

Unidade Curricular	Ciclo de estudos	Total horas contacto	T	TP	PL	TC	S	E	OT	O
Inovação e Empreendedorismo	Gestão Hoteleira (CTESP)	32.0	0.0	32.0						
Introdução à gestão de empresas	Gestão Hoteleira (CTESP)	32.0	0.0	32.0						
Economia e Gestão	Biotecnologia (Licenciatura)	64.0	16.0	42.0		0.0	6.0			
Gestão de empresas	Enfermagem veterinária (Licenciatura)	112.0	16.0	96.0	0.0					
Gestão e Marketing Alimentar	Engenharia alimentar (Mestrado)	20.0		20.0						
Princípios de Gestão Empresarial	Engenharia Informática (Licenciatura)	96.0		96.0						
Princípios de gestão empresarial	Engenharia de redes e sistemas de computadores (Licenciatura)	32.0		32.0						
Inovação e Empreendedorismo	Marketing e Comunicação Empresarial (Licenciatura)	2.0		2.0						

5.2.1.1. Dados Pessoais - Ana Paula Martins da Silva

Vínculo com a IES

Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018

Categoria

Professor Adjunto ou equivalente

Grau Associado

Sim

Grau

Doutoramento - 3º ciclo

Área científica deste grau académico (PT)

Ciências Empresariais

Área científica deste grau académico (EN)

Business Sciences

Ano em que foi obtido este grau académico

2005

Instituição que conferiu este grau académico

Manchester Business School, Manchester, UK

Título de Especialista (Art. 3.º alínea g) do DL n.º 74/2006, de 24 de março na redação do DL n.º 65/2018, 16 de Agosto)

Não

Área científica do título de especialista (PT)

[sem resposta]

Área científica do título de especialista (EN)

[no answer]

Ano em que foi obtido o título de especialista

-

Regime de dedicação na instituição que submete a proposta (%)

100

CienciaVitae

BA16-BE06-B89C

Orcid

0000-0003-0412-4572

5.2.1.2. Filiação Unidades de Investigação - Ana Paula Martins da Silva

Unidades de Investigação	Classificação FCT	Instituição de ensino superior (IES)	Tipo unidade investigação	Docente Integrado
Centro de Estudos Organizacionais e Sociais do Politécnico do Porto (CEOS.PP)	Bom	Instituto Politécnico do Porto (IPP)	Outro	

5.2.1.3. Outros graus académicos ou títulos - Ana Paula Martins da Silva

Ano	Grau ou Título	Área	Instituição	Classificação
1999	Diploma Europeu de Gestão Internacional (DEGI)	Gestão Internacional	International School of Economics Rotterdam (HES/ISER), Rotterdam, The Netherlands	
1999	Licenciatura	Gestão de Empresas	Universidade do Minho, Braga, Portugal	16

5.2.1.4. Formação pedagógica - Ana Paula Martins da Silva

Formação pedagógica relevante para a docência
Workshop online sobre Estratégias Ativas de Aprendizagem, 7 de dezembro de 2022, online, 2 horas.
“Educação Digital e Inovação”, Jornadas Interinstitucionais de Desenvolvimento Pedagógico, online, 30 janeiro 2023, 2 horas.
“Aulas Invertidas com recurso ao Moodle”, Jornadas Interinstitucionais de Desenvolvimento Pedagógico, online, 2 fevereiro 2023, 2 horas.
Conceção de atividades/UC em e/b-learning (6 ECTS), Centro de Inovação Pedagógica do Politécnico do Porto, início em 29 de março de 2023 e final em 28 de junho de 2023, 30 horas.
“Moodle em ação: como utilizar a ferramenta Lição para personalizar e potenciar a aprendizagem dos estudantes?”, Jornadas Interinstitucionais de Desenvolvimento Pedagógico, online, 13 outubro 2023, 2 horas.
“Desafios da aprendizagem cooperativa – Gestão de grupos de trabalho no Ensino Superior”, Jornadas Interinstitucionais de Desenvolvimento Pedagógico, online, 13 outubro 2023, 4 horas.
XVIII Workshop Grudis com o tema “Repensar o ensino da contabilidade – Desafios atuais e tendências de mudança”, Escola Superior de Tecnologia e Gestão, Instituto Politécnico de Viana do Castelo, 27 de outubro de 2023, 3 horas.

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE
em Funcionamento

5.2.1.5. Distribuição do serviço docente - Ana Paula Martins da Silva

Unidade Curricular	Ciclo de estudos	Total horas contacto	T	TP	PL	TC	S	E	OT	O
Princípios de Contabilidade	Licenciatura em Gestão da Distribuição e Logística	64.0		64.0						
Contabilidade Financeira II	Licenciatura em Contabilidade e Fiscalidade	72.0		72.0						
Contabilidade Financeira II	Licenciatura em Organização e Gestão Empresariais	2.0		2.0						
Contabilidade Financeira II	Licenciatura em Gestão	2.0			2.0					
Contabilidade Financeira II	Licenciatura em Gestão (noturno)	2.0		2.0						
Simulação Empresarial II	Licenciatura em Contabilidade e Fiscalidade	32.0		32.0						
Contabilidade Financeira I	Licenciatura em Contabilidade e Fiscalidade	72.0		72.0						
Contabilidade das Sociedades	Licenciatura em Contabilidade e Fiscalidade	78.0		78.0						
Complementos de Contabilidade Financeira	Mestrado em Contabilidade e Finanças	4.0		4.0						
Análise de Projetos de Investimento	Licenciatura em Marketing e Comunicação Empresarial	2.0		2.0						

5.2.1.1. Dados Pessoais - Helena Maria da Silva Santos Rodrigues

Vínculo com a IES

Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018

Categoria

Professor Coordenador ou equivalente

Grau Associado

Sim

Grau

Doutoramento - 3º ciclo

Área científica deste grau académico (PT)

Gestão

Área científica deste grau académico (EN)

Management

Ano em que foi obtido este grau académico

2008

Instituição que conferiu este grau académico

Universidade de Vigo

Título de Especialista (Art. 3.º alínea g) do DL n.º 74/2006, de 24 de março na redação do DL n.º 65/2018, 16 de Agosto)

Não

Área científica do título de especialista (PT)

[sem resposta]

Área científica do título de especialista (EN)

[no answer]

Ano em que foi obtido o título de especialista

-

Regime de dedicação na instituição que submete a proposta (%)

100

CienciaVitae

0011-C9ED-4067

Orcid

0000-0002-0442-4447

5.2.1.2. Filiação Unidades de Investigação - Helena Maria da Silva Santos Rodrigues

Unidades de Investigação	Classificação FCT	Instituição de ensino superior (IES)	Tipo unidade investigação	Docente Integrado
Unidade de Investigação Aplicada em Gestão (UNIAG)	Bom	Instituto Politécnico de Bragança (IPBragança)	Institucional	

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE
em Funcionamento

5.2.1.3. Outros graus académicos ou títulos - Helena Maria da Silva Santos Rodrigues

Ano	Grau ou Título	Área	Instituição	Classificação
1996	Licenciatura em administração e gestão de empresas	Ciências empresariais	Universidade católica portuguesa	12

5.2.1.4. Formação pedagógica - Helena Maria da Silva Santos Rodrigues

Formação pedagógica relevante para a docência
Educação à Distância e Digital: E-actividades no Desenho de Cursos

5.2.1.5. Distribuição do serviço docente - Helena Maria da Silva Santos Rodrigues

Unidade Curricular	Ciclo de estudos	Total horas contacto	T	TP	PL	TC	S	E	OT	O
Marketing	Licenciatura Organização e Gestão Empresariais	54.0		48.0					6.0	
Princípios de Marketing	Licenciatura em Marketing e Comunicação Empresarial	58.0		48.0			4.0		6.0	
Marketing	Licenciatura Design Produto	41.0	41.0							
Marketing	Turismo	64.0		64.0						
Marketing	Licenciatura Gestão da Distribuição e Logística	2.0		2.0						
Projeto Empresarial II	Licenciatura em Gestão	36.0			36.0					
Marketing Estratégico e Operacional	MESTRADO EM Marketing	16.0		16.0						
Gestão da Inovação e Empreendedorismo	MESTRADO Gestão das Organizações : Ramo de Gestão de Empresas	24.0		21.0			3.0			
Gestão Estratégica e Marketing	MESTRADO Gestão das Organizações : Ramo de Gestão de Empresas	25.0		22.0			3.0			

5.2.1.1. Dados Pessoais - Duarte José Vilarinho Afonso

Vínculo com a IES

Outro vínculo

Categoria

Assistente convidado ou equivalente

Grau Associado

Sim

Grau

Licenciatura - 1º ciclo

Área científica deste grau académico (PT)

Engenharia Informática

Área científica deste grau académico (EN)

Informatics engineering

Ano em que foi obtido este grau académico

2015

Instituição que conferiu este grau académico

Instituto Politécnico de Viana do Castelo

Título de Especialista (Art. 3.º alínea g) do DL n.º 74/2006, de 24 de março na redação do DL n.º 65/2018, 16 de Agosto)

Não

Área científica do título de especialista (PT)

[sem resposta]

Área científica do título de especialista (EN)

[no answer]

Ano em que foi obtido o título de especialista

-

Regime de dedicação na instituição que submete a proposta (%)

50

CienciaVitae

0000-0000-0000

Orcid

0009-0007-9028-8480

Autorização para que as informações pessoais sejam guardadas e utilizadas para fins funcionais e analíticos

Sim

5.2.1.2. Filiação Unidades de Investigação - Duarte José Vilarinho Afonso

5.2.1.3. Outros graus académicos ou títulos - Duarte José Vilarinho Afonso

Ano	Grau ou Título	Área	Instituição	Classificação
2015	Bachelor's Eng. Informática	Eng. Informática	Instituto Politécnico de Viana do Castelo	12

5.2.1.4. Formação pedagógica - Duarte José Vilarinho Afonso

5.2.1.5. Distribuição do serviço docente - Duarte José Vilarinho Afonso

Unidade Curricular	Ciclo de estudos	Total horas contacto	T	TP	PL	TC	S	E	OT	O
Tecnologia de Informação e Comunicação	Licenciatura Marketing e Comunicação Empresarial	46.0		32.0					4.0	10.0
Sistemas Informáticos de Apoio à Decisão	Organização e Gestão Empresariais	110.0	48.0	48.0					4.0	10.0
Laboratório de Comunicação Multimédia	CteSP Marketing Digital e E-Commerce	14.0	14.0							
Plataformas Digitais e Redes Sociais	CteSP Marketing Digital e E-Commerce	30.0			30.0					
Sistemas de Suporte à Decisão	Organização e Gestão Empresariais	64.0	64.0							

5.2.1.1. Dados Pessoais - Álvaro José da Silva

Vínculo com a IES

Outro vínculo

Categoria

Equiparado a Professor Adjunto ou equivalente

Grau Associado

Sim

Grau

Licenciatura - 1º ciclo

Área científica deste grau académico (PT)

Gestão Financeira

Área científica deste grau académico (EN)

Contabilidade Economia e Gestão

Ano em que foi obtido este grau académico

1983

Instituição que conferiu este grau académico

ISAG

Título de Especialista (Art. 3.º alínea g) do DL n.º 74/2006, de 24 de março na redação do DL n.º 65/2018, 16 de Agosto)

Sim

Área científica do título de especialista (PT)

Contabilidade Empresarial

Área científica do título de especialista (EN)

Contabilidade Empresarial

Ano em que foi obtido o título de especialista

2012

Regime de dedicação na instituição que submete a proposta (%)

55

CienciaVitae

-

Orcid

0009-0006-1174-7929

5.2.1.2. Filiação Unidades de Investigação - Álvaro José da Silva

5.2.1.3. Outros graus académicos ou títulos - Álvaro José da Silva

Ano	Grau ou Título	Área	Instituição	Classificação
2014	Pós-graduação	Economia e Gestão	ISCAC	
2009	MBA em Finanças		Faculdade de Economia da Universidade do Porto/Escola de Gestão do Porto (FEP/EGP)	

5.2.1.4. Formação pedagógica - Álvaro José da Silva

Formação pedagógica relevante para a docência
Certificado de Aptidão Pedagógica (CAP) com o nº EDF 564485/2011 DN.

5.2.1.5. Distribuição do serviço docente - Álvaro José da Silva

Unidade Curricular	Ciclo de estudos	Total horas contacto	T	TP	PL	TC	S	E	OT	O
Princípios de Contabilidade	Licenciatura	82.0		64.0			4.0		6.0	8.0
Contabilidade Financeira Avançada	Licenciatura	90.0	45.0	45.0	0.0	0.0	0.0		0.0	0.0
Aplicações Setoriais da Contabilidade	Licenciatura	75.0	45.0	30.0	0.0	0.0	0.0		0.0	0.0

5.2.1.1. Dados Pessoais - Luís Carlos Branco Barros

Vínculo com a IES

Outro vínculo

Categoria

Assistente convidado ou equivalente

Grau Associado

Sim

Grau

Mestrado - 2º ciclo

Área científica deste grau académico (PT)

Ciências Empresariais

Área científica deste grau académico (EN)

Business Sciences

Ano em que foi obtido este grau académico

2015

Instituição que conferiu este grau académico

Escola Superior de Tecnologia e Gestão do Politécnico do Porto

Título de Especialista (Art. 3.º alínea g) do DL n.º 74/2006, de 24 de março na redação do DL n.º 65/2018, 16 de Agosto)

Não

Área científica do título de especialista (PT)

[sem resposta]

Área científica do título de especialista (EN)

[no answer]

Ano em que foi obtido o título de especialista

-

Regime de dedicação na instituição que submete a proposta (%)

50

CienciaVitae

801B-722E-F34A

Orcid

0000-0003-3196-8498

5.2.1.2. Filiação Unidades de Investigação - Luís Carlos Branco Barros

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE
em Funcionamento

5.2.1.3. Outros graus académicos ou títulos - Luís Carlos Branco Barros

Ano	Grau ou Título	Área	Instituição	Classificação
1993	Bacharelato em Gestão de Empresas Turísticas	Ciências Empresariais	Instituto Superior de Ciências Empresariais e do Turismo	14
2006	Pós-graduação em Marketing Integrado de Comunicação e Promoção do Turismo	Marketing	Universidade Fernando Pessoa	17

5.2.1.4. Formação pedagógica - Luís Carlos Branco Barros

Formação pedagógica relevante para a docência
Formação Inicial Pedagógica de Formadores (200h)
Formação em Competências Pedagógicas de Especialização em Formador/Consultor (43h)

5.2.1.5. Distribuição do serviço docente - Luís Carlos Branco Barros

Unidade Curricular	Ciclo de estudos	Total horas contacto	T	TP	PL	TC	S	E	OT	O
Serviços de Marketing Relacional	Licenciatura em Marketing e Comunicação Empresarial	54.0		48.0					6.0	
Inovação e Empreendedorismo	Licenciatura em Marketing e Comunicação Empresarial	68.0		48.0			4.0		6.0	10.0
Marketing Industrial	Licenciatura em Marketing e Comunicação Empresarial	68.0		48.0			4.0		8.0	8.0
Inovação e Empreendedorismo	Licenciatura em Organização e Gestão Empresariais	54.0		48.0					6.0	
Estratégia Empresarial e Internacionalização	Licenciatura em Contabilidade e Fiscalidade	46.0		46.0						

5.2.1.1. Dados Pessoais - Sérgio Manuel da Costa Machado

Vínculo com a IES

Outro vínculo

Categoria

Professor Adjunto ou equivalente

Grau Associado

Sim

Grau

Doutoramento - 3º ciclo

Área científica deste grau académico (PT)

Direito

Área científica deste grau académico (EN)

PhD - Doctor

Ano em que foi obtido este grau académico

2020

Instituição que conferiu este grau académico

Escola de Direito do Porto da Universidade Católica Portuguesa

Título de Especialista (Art. 3.º alínea g) do DL n.º 74/2006, de 24 de março na redação do DL n.º 65/2018, 16 de Agosto)

Não

Área científica do título de especialista (PT)

[sem resposta]

Área científica do título de especialista (EN)

[no answer]

Ano em que foi obtido o título de especialista

-

Regime de dedicação na instituição que submete a proposta (%)

50

CienciaVitae

2510-F46A-0F91

Orcid

0000-0002-8305-1553

5.2.1.2. Filiação Unidades de Investigação - Sérgio Manuel da Costa Machado

Unidades de Investigação	Classificação FCT	Instituição de ensino superior (IES)	Tipo unidade investigação	Docente Integrado
Centro de Estudos Jurídicos, Económicos e Ambientais (CEJEA)	Bom	Fundação Minerva - Cultura - Ensino e Investigação Científica (FMinerva)	Outro	

**Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE
em Funcionamento**

5.2.1.3. Outros graus académicos ou títulos - Sérgio Manuel da Costa Machado

Ano	Grau ou Título	Área	Instituição	Classificação
2008	Licenciatura	Direito	Universidade Lusíada do Porto	
2011	Mestrado	Direito	Escola de Direito do Porto da Universidade Católica Portuguesa	
2020	Doutor	Direito	Escola de Direito do Porto da Universidade Católica Portuguesa	

5.2.1.4. Formação pedagógica - Sérgio Manuel da Costa Machado

5.2.1.5. Distribuição do serviço docente - Sérgio Manuel da Costa Machado

Unidade Curricular	Ciclo de estudos	Total horas contacto	T	TP	PL	TC	S	E	OT	O
Noções Fundamentais de Direito	Licenciatura	54.0		48.0					6.0	
Direito Comercial e das Sociedades	Licenciatura	48.0		48.0						
Direito do Trabalho e da Segurança Social	Licenciatura	48.0		48.0						
Direito Aplicado ao Marketing	Licenciatura	54.0		48.0					6.0	

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE
em Funcionamento

5.2.1.1. Dados Pessoais - Manuel Joaquim de Sousa Pereira

Vínculo com a IES

Outro vínculo

Categoria

Professor Adjunto ou equivalente

Grau Associado

Sim

Grau

Doutoramento - 3º ciclo

Área científica deste grau académico (PT)

Ciências da Comunicação

Área científica deste grau académico (EN)

Communication Sciences

Ano em que foi obtido este grau académico

2014

Instituição que conferiu este grau académico

Universidade de Santiago de Compostela

Título de Especialista (Art. 3.º alínea g) do DL n.º 74/2006, de 24 de março na redação do DL n.º 65/2018, 16 de Agosto)

Não

Área científica do título de especialista (PT)

[sem resposta]

Área científica do título de especialista (EN)

[no answer]

Ano em que foi obtido o título de especialista

-

Regime de dedicação na instituição que submete a proposta (%)

70

CienciaVitae

C817-2663-8B86

Orcid

0000-0002-6238-181X

5.2.1.2. Filiação Unidades de Investigação - Manuel Joaquim de Sousa Pereira

5.2.1.3. Outros graus académicos ou títulos - Manuel Joaquim de Sousa Pereira

Ano	Grau ou Título	Área	Instituição	Classificação
2008	Mestrado	Ciências da Comunicação	Universidade de Santiago de Compostela	Excelente
2004	Mestrado	Marketing e Comunicação Estratégica	Universidade Fernando Pessoa	Muito Bom
1998	Licenciatura	Relações Públicas	Universidade Fernando Pessoa	13 Valores

5.2.1.4. Formação pedagógica - Manuel Joaquim de Sousa Pereira

Formação pedagógica relevante para a docência
Formação inicial de Formadores
Formação contínua de formadores
Formação de formadores de formadores

5.2.1.5. Distribuição do serviço docente - Manuel Joaquim de Sousa Pereira

Unidade Curricular	Ciclo de estudos	Total horas contacto	T	TP	PL	TC	S	E	OT	O
Projeto final	Licenciatura	38.0		34.0					2.0	2.0
Organização de Empresas	Licenciatura	62.0		48.0			4.0		6.0	4.0
Comportamento de Compra	Licenciatura	68.0		48.0			4.0		6.0	10.0
Distribuição e Gestão de Vendas	Licenciatura	64.0		48.0					6.0	10.0
Pesquisa de Mercado	Licenciatura	82.0		64.0			4.0		6.0	8.0
Direção Comercial e Vendas	Mestrado	32.0		32.0						
Estratégia e Marketing Internacional	Mestrado	16.0		16.0						
Gestão do Produto e do Preço	Licenciatura	29.0		24.0			2.0		3.0	

5.2.1.1. Dados Pessoais - Elvira Pacheco Vieira

Vínculo com a IES

Outro vínculo

Categoria

Equiparado a Professor Adjunto ou equivalente

Grau Associado

Sim

Grau

Doutoramento - 3º ciclo

Área científica deste grau académico (PT)

Economia

Área científica deste grau académico (EN)

Economics

Ano em que foi obtido este grau académico

2007

Instituição que conferiu este grau académico

Universidade de Santiago de Compostela (USC), Espanha, com registo pela Universidade do Minho (UM), Portugal, e com
acreditação de Doutoramento Europeu

Título de Especialista (Art. 3.º alínea g) do DL n.º 74/2006, de 24 de março na redação do DL n.º 65/2018, 16 de Agosto)

Não

Área científica do título de especialista (PT)

[sem resposta]

Área científica do título de especialista (EN)

[no answer]

Ano em que foi obtido o título de especialista

-

Regime de dedicação na instituição que submete a proposta (%)

40

CienciaVitae

B913-0565-0908

Orcid

0000-0002-9296-3896

5.2.1.2. Filiação Unidades de Investigação - Elvira Pacheco Vieira

Unidades de Investigação	Classificação FCT	Instituição de ensino superior (IES)	Tipo unidade investigação	Docente Integrado
Unidade de Investigação Aplicada em Gestão (UNIAG)	Bom	Instituto Politécnico de Bragança (IPBragança)	Institucional	

5.2.1.3. Outros graus académicos ou títulos - Elvira Pacheco Vieira

Ano	Grau ou Título	Área	Instituição	Classificação
2004	Mestrado em Economia Sectorial Internacional	Economia	Universidade de Santiago de Compostela (USC) com reconhecimento pela Universidade do Minho (UM)	Sobresaliente (9/10)
2003	Licenciatura em Relações Internacionais - Ramo Relações Económicas e Políticas	Economia	Universidade do Minho (UM) - Escola de Economia e Gestão (EEG)	12/20

5.2.1.4. Formação pedagógica - Elvira Pacheco Vieira

Formação pedagógica relevante para a docência
ISAG E-Learning Platform - 1,5 horas
ABI/INFORM - 1,5 horas
Turnitin - 1,5 horas
Testes e-learning - 1,5 horas
ISAG Online - Salas Virtuais -1,5 horas
Portal do INE: Estatísticas de Portugal - 2 horas
Portal do Eurostat: Estatísticas da União Europeia - 2 horas
Formação Avançada em Análise Qualitativa com NVivo - 12 horas
Formação Avançada em Metodologias de Investigação - 12 horas
E-Trainer / Professor: Formadores, Professores e Facilitadores em E-learning - 40 horas
Learning Analytics – Entender, perceber e melhorar a ação pedagógica - 1,5 horas
MBA Executivo - 507 horas e 82,5 ECTS
Microcredencial em Educação a Distância e Digital - 104 horas e 4 ECTS
Curso de Profissionalização em Serviço - 1560 horas e 60 ECTS

5.2.1.5. Distribuição do serviço docente - Elvira Pacheco Vieira

Unidade Curricular	Ciclo de estudos	Total horas contacto	T	TP	PL	TC	S	E	OT	O
Microeconomia	Licenciatura em Organização e Gestão Empresariais	54.0		48.0					6.0	
Economia	Licenciatura em Marketing e Comunicação Empresarial	58.0		48.0			4.0		6.0	
Macroeconomia	Licenciatura em Organização e Gestão Empresariais	54.0		48.0					6.0	

5.2.1.1. Dados Pessoais - Paula Cristina Ribeiro de Oliveira

Vínculo com a IES

Outro vínculo

Categoria

Assistente convidado ou equivalente

Grau Associado

Sim

Grau

Doutoramento - 3º ciclo

Área científica deste grau académico (PT)

Ciências da Comunicação

Área científica deste grau académico (EN)

Communication Sciences

Ano em que foi obtido este grau académico

2020

Instituição que conferiu este grau académico

Universidade de Santiago de Compostela

Título de Especialista (Art. 3.º alínea g) do DL n.º 74/2006, de 24 de março na redação do DL n.º 65/2018, 16 de Agosto)

Não

Área científica do título de especialista (PT)

[sem resposta]

Área científica do título de especialista (EN)

[no answer]

Ano em que foi obtido o título de especialista

-

Regime de dedicação na instituição que submete a proposta (%)

55

CienciaVitae

7C19-F050-5267

Orcid

0009-0002-9951-2227

5.2.1.2. Filiação Unidades de Investigação - Paula Cristina Ribeiro de Oliveira

5.2.1.3. Outros graus académicos ou títulos - Paula Cristina Ribeiro de Oliveira

Ano	Grau ou Título	Área	Instituição	Classificação
1996	Bacharelato	Gestão de Marketing e Publicidade	Instituto Superior de Ciências Empresariais e do Turismo (ISCET)	14
1999	Licenciatura	Marketing	Instituto Superior de Administração e Gestão (ISAG)	13
2014	Mestrado	Gestão de Marketing	Instituto Português de Administração de Marketing (IPAM)	18
2020	Doutoramento	Ciências da Comunicação	Universidade de Santiago de Compostela	Cum Laude

5.2.1.4. Formação pedagógica - Paula Cristina Ribeiro de Oliveira

5.2.1.5. Distribuição do serviço docente - Paula Cristina Ribeiro de Oliveira

Unidade Curricular	Ciclo de estudos	Total horas contacto	T	TP	PL	TC	S	E	OT	O
Novas Tendências de Marketing	Mestrado em Marketing	8.0		8.0						
Gestão de Produtos e Marcas	Mestrado em Marketing	32.0		32.0						
Inteligência Competitiva e Marketing Research	Mestrado em Marketing	28.0		28.0						
Estratégia e Competitividade	Licenciatura em Marketing e Comunicação Empresarial	21.0		16.0					2.0	3.0
Organização de Empresas	Licenciatura - Organização e Gestão Empresariais	54.0		48.0					6.0	
Estratégia Empresarial	Licenciatura - Organização e Gestão Empresariais	54.0		48.0					6.0	
Gestão do Conhecimento	Licenciatura - Organização e Gestão Empresariais	54.0		48.0					6.0	

5.2.1.1. Dados Pessoais - Jorge Remondes de Sousa

Vínculo com a IES

Outro vínculo

Categoria

Professor Adjunto ou equivalente

Grau Associado

Sim

Grau

Doutoramento - 3º ciclo

Área científica deste grau académico (PT)

Marketing e Publicidade

Área científica deste grau académico (EN)

[no answer]

Ano em que foi obtido este grau académico

2010

Instituição que conferiu este grau académico

Universidade de Vigo

Título de Especialista (Art. 3.º alínea g) do DL n.º 74/2006, de 24 de março na redação do DL n.º 65/2018, 16 de Agosto)

Não

Área científica do título de especialista (PT)

[sem resposta]

Área científica do título de especialista (EN)

[no answer]

Ano em que foi obtido o título de especialista

-

Regime de dedicação na instituição que submete a proposta (%)

20

CienciaVitae

-

Orcid

0000-0002-5259-4379

5.2.1.2. Filiação Unidades de Investigação - Jorge Remondes de Sousa

Unidades de Investigação	Classificação FCT	Instituição de ensino superior (IES)	Tipo unidade investigação	Docente Integrado
Centro de Estudos Organizacionais e Sociais do Politécnico do Porto (CEOS.PP)	Bom	Instituto Politécnico do Porto (IPP)	Outro	

5.2.1.3. Outros graus académicos ou títulos - Jorge Remondes de Sousa

Ano	Grau ou Título	Área	Instituição	Classificação
1993	Licenciatura em Relações Internacionais			
1996	Especialização em Gestão Comercial e Marketing			
2003	MBA em Gestão Comercial e Marketing			

5.2.1.4. Formação pedagógica - Jorge Remondes de Sousa

Formação pedagógica relevante para a docência
2023 - Como criar inquéritos com LimeSurvey - GAIE-Núcleo de Educação do ISCAP/IPP.
2023 - Moodle 4 - O que mudou? - GAIE-Núcleo de Educação do ISCAP/IPP.
2023 - Flipped Classroom - Como pôr em prática? - GAIE Núcleo de Educação do ISCAP/IPP

5.2.1.5. Distribuição do serviço docente - Jorge Remondes de Sousa

Unidade Curricular	Ciclo de estudos	Total horas contacto	T	TP	PL	TC	S	E	OT	O
Gestão da Marca	Licenciatura em Marketing e Comunicação Empresarial	46.0		46.0						

5.3. Dados quantitativos relativos à equipa docente do ciclo de estudos.

5.3.1. Total de docentes do ciclo de estudos (nº e ETI)

5.3.1.1. Número total de docentes.

23

5.3.1.2. Número total de ETI.

18.10

5.3.2. Corpo docente próprio – docentes do ciclo de estudos integrados na carreira docente ou de investigação (art.º 3 DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018).*

Vínculo com a IES	% em relação ao total de ETI
Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018	78.45%
Investigador de Carreira (Art. 3º, alínea l) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018	0.00%
Outro vínculo	21.55%

5.3.3. Corpo docente academicamente qualificado – docentes do ciclo de estudos com o grau de doutor*

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

Corpo docente academicamente qualificado	ETI	Percentagem*
Docentes do ciclo de estudos com o grau de doutor (ETI)	1635	90.33%

5.3.4. Corpo docente especializado

Corpo docente especializado	ETI	Percentagem*
Doutorados especializados na(s) área(s) fundamental(is) do CE (% total ETI)	10.45	57.73%
Não doutorados, especializados nas áreas fundamentais do CE (% total ETI)	0.5	2.76%
Não doutorados na(s) área(s) fundamental(is) do CE, com Título de Especialista (DL 206/2009) nesta(s) área(s)(% total ETI)	0.75	4.14%
% de docentes com título de especialista ou doutores especializados, na(s) área(s) fundamental(is) do ciclo de estudos (% total ETI)		61.88%

5.3.5. Corpo Docente integrado em Unidades de Investigação da Instituição, suas subsidiárias ou polos nela integrados (art.º 29.º DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018)

Descrição	ETI	Percentagem*
Corpo Docente integrado em Unidades de Investigação da Instituição, suas subsidiárias ou polos nela integrados	0.0	0.00%

5.3.6. Estabilidade e dinâmica de formação do corpo docente.

Estabilidade e dinâmica de formação	ETI	Percentagem*
Docentes do ciclo de estudos de carreira com uma ligação à instituição por um período superior a três anos	14.0	77.35%
Docentes do ciclo de estudos inscritos em programas de doutoramento há mais de um ano (ETI)	2.0	11.05%

5.4. Desempenho do pessoal docente

5.4. Observações. (PT)

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

Os docentes: José Carlos Vieira de Sá - UC: Gestão de Projetos e Operações; Jorge Remondes de Sousa - UC: Gestão da Marca colaboram com o CE através de protocolo de colaboração Ipp/IPVC.

O IPVC aprovou e implementou o Regulamento de Avaliação de Pessoal Docente tendo concluído 4 ciclos de avaliação (2004-2007, 2008-2012, 2013-2015, 2016-2018, 2019-2021). As listas de avaliação do pessoal docente relativas foram homologadas e foi efetuado o reposicionamento remuneratório dos docentes que reuniam os requisitos. Com base na partilha de conhecimentos, aprendizagem contínua e inovação, identificação de fatores limitantes, estimula-se o reforço de competências.

Realizam-se inquéritos à qualidade do ensino e o diagnóstico de necessidades de formação, que são debatidos pelas direções, GD, CTC, CP e Comissões de Curso. O RAD, na sua componente pedagógica inclui critérios de avaliação pela formação ou atualização em metodologias pedagógicas com reflexo no ensino e na melhoria do sucesso escolar, como seja o projeto Demola, EaD, Mentorias,, Aprendizagem em Serviço, Aprendizagem Baseada em Projetos, Design Thinking. Criado premio de Inovação Pedagógica e Prémio de Estímulo à Publicação Científica e Prémio de Estímulo à Transferência de I&D...

Tem sido desenvolvido um Plano de formação pedagógica para docentes, constituído por Ações de Curta Duração e Cursos, com a atribuição de microcredenciais, no caso das formações creditadas, e de certificados de participação.

Instituição em 2021 do Prémio de Boas Práticas Pedagógicas e promovida a integração em redes, protocolos e projetos internacionais de capacitação e inovação pedagógica, entre os quais se destacam: Fostering and Assessing Creativity and Critical Thinking in Higher Education (2019-2023, OECD/CERI); BeyondScale – Entrepreneurial and Innovative Change in Higher Education (2020-22, Erasmus+); Get Up and Goals (2020-23; CE-DEAR) e as redes International Entrepreneurial Education Network e HEInnovate; Protocolos (Universidade Aberta, NAU/FCCN) e protocolos internacionais (ex. colaboração na área pedagógica com a UNESP, U. Valladolid, U. Vigo).

Desenvolvimento da Investigação sobre práticas pedagógicas e constituição da Unidade de Ensino Digital e a Distância (UE2D), em 2023, coordenada por docente com formação em Tecnologias da Educação, Ensino a Distância e Design Instrucional.

Quanto à Aprendizagem Baseada em Projetos (AbP de tipo CBL, PBL ou PjBL), esta abordagem adotada em muitas UC ou Cursos de diversas áreas ganhou extensão no projeto conhecido como Demola-Link Me Up, no qual 46 docentes fizeram formação específica e apoiaram equipas multidisciplinares de estudantes em processos de cocriação (50 projetos de caráter multidisciplinar que envolveram cerca de 300 estudantes).

No que concerne ao corpo docente integrado em Unidades de Investigação da Instituição, sem razão aparente o indicador é 0%, quando nas Fichas dos Docentes estão identificados 5 docentes que integram o UNIAG que é institucional.

5.4. Observações. (EN)

The lecturers: José Carlos Vieira de Sá - UC: Project and Operations Management; Jorge Remondes de Sousa - UC: Brand Management collaborate with the EC through the Ipp/IPVC collaboration protocol.

IPVC approved and implemented the Regulations for the Evaluation of Teaching Staff, having completed 4 evaluation cycles (2004-2007, 2008-2012, 2013-2015, 2016-2018, 2019-2021). The relative teaching staff appraisal lists were approved and the remuneration of those teachers who met the requirements was repositioned. Based on the sharing of knowledge, continuous learning and innovation, the identification of limiting factors, the strengthening of competences is encouraged.

Surveys are carried out on the quality of teaching and the diagnosis of training needs, which are discussed by the directorates, GD, CTC, CP and Course Committees. The pedagogical component of the RAD includes assessment criteria for training or updating in pedagogical methodologies that have an impact on teaching and improving academic success, such as the Demola project, distance learning, mentoring, service learning, project-based learning and design thinking. The Pedagogical Innovation Award and the Scientific Publication Stimulus Award and the R&D Transfer Stimulus Award have been created...

A pedagogical training plan for teachers has been developed, consisting of Short-Term Actions and Courses, with the award of micro-credentials in the case of accredited training and certificates of participation.

Establishment of the Good Pedagogical Practices Award in 2021 and promotion of integration into international networks, protocols and projects for training and pedagogical innovation, including: Fostering and Assessing Creativity and Critical Thinking in Higher Education (2019-2023, OECD/CERI); BeyondScale - Entrepreneurial and Innovative Change in Higher Education (2020-22, Erasmus+); Get Up and Goals (2020-23; CE-DEAR) and the International Entrepreneurial Education Network and HEInnovate; Protocols (Universidade Aberta, NAU/FCCN) and international protocols (e.g. collaboration in the pedagogical area with UNESP, U. Valladolid, U. Vigo).

Development of research into pedagogical practices and establishment of the Digital and Distance Learning Unit (UE2D) in 2023, coordinated by a lecturer trained in Educational Technologies, Distance Learning and Instructional Design.

As for Project-Based Learning (PBL, PBL or PjBL), this approach adopted in many UCs or Courses in various areas was extended in the project known as Demola-Link Me Up, in which 46 teachers underwent specific training and supported multidisciplinary teams of students in co-creation processes (50 multidisciplinary projects involving around 300 students).

With regard to teaching staff who are part of the Institution's Research Units, for no apparent reason the indicator is 0%, when in the Teachers' Files 5 teachers are identified as part of UNIAG, which is institutional.

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE
em Funcionamento

Observações (PDF)

[Retificações à submissão_final.pdf](#) | PDF | 136 Kb

6. Pessoal técnico, administrativo e de gestão (se aplicável)

6.1. Número e regime de dedicação do pessoal técnico, administrativo e de gestão afeto à lecionação do ciclo de estudos. (PT)

O NCE que se propõe, contará com o apoio do conjunto dos serviços transversais do IPVC (descritos nos seus Estatutos):

Administrativos e Financeiros, Serviços Informáticos, Serviços Técnicos, Serviços Académicos e Recursos Humanos, bem como dos Gabinetes de Comunicação e Imagem, de Cooperação e Mobilidade Internacional, de Avaliação e Qualidade e ainda da UGP – Unidade de Gestão de Projetos e a Unidade de Ensino Digital e a Distância-UE2D. Aos Serviços transversais do IPVC estão alocados 1 administradora, 2 diretores de serviços, 2 chefes de divisão, 20 técnicos superiores, 3 especialistas de informática, 2 técnicos de informática, 1 coordenador técnico, 9 assistentes técnicos e 3 assistentes operacionais. Existem ainda os Serviços de Ação Social com um conjunto alargado de pessoal técnico nas áreas de intervenção previstas, que incluem bolsas, alojamento, alimentação, desporto, cultura, saúde e bem-estar, Gabinete de Emprego, entre outros

A ESCE-IPVC tem 9 efetivos do pessoal não docente em regime de Contrato de trabalho em funções públicas por tempo indeterminado: Técnico Superior: 5; Assistente Técnico: 2; Assistente Operacional: 2

6.1. Número e regime de dedicação do pessoal técnico, administrativo e de gestão afeto à lecionação do ciclo de estudos. (EN)

The proposed NCE will be supported by all of IPVC's transversal services (as described in its Statutes):

Administrative and Financial, IT Services, Technical Services, Academic Services and Human Resources, as well as the Offices of Communication and Image, International Cooperation and Mobility, Evaluation and Quality and also the PMU - Project Management Unit and the Digital and Distance Learning Unit-UE2D. The IPVC's transversal services are staffed by 1 administrator, 2 service directors, 2 heads of division, 20 senior technicians, 3 IT specialists, 2 IT technicians, 1 technical coordinator, 9 technical assistants and 3 operational assistants. There are also Social Action Services with a wide range of technical staff in the planned areas of intervention, including scholarships, accommodation, food, sport, culture, health and well-being, the Employment Office, among others.

ESCE-IPVC has 9 non-teaching staff under an indefinite public employment contract: Senior Technician: 5; Technical Assistant: 2; Operational Assistant: 2

6.2. Qualificação do pessoal técnico, administrativo e de gestão de apoio à lecionação do ciclo de estudos. (PT)

As qualificações dos 9 efetivos do pessoal não docente em regime de Contrato de trabalho em funções públicas por tempo indeterminado na ESCE, são as seguintes: Mestrado: 2 Licenciatura: 4 Bacharelato: 1; 12º ano: 2

6.2. Qualificação do pessoal técnico, administrativo e de gestão de apoio à lecionação do ciclo de estudos. (EN)

The qualifications of the 9 non-teaching staff under an employment contract in public functions for an indefinite period in the ESCE are as follows: Master's degree: 2 Bachelor's degree: 4 Bachelor's degree: 1; 12th year: 2

7. Instalações, parcerias e estruturas de apoio aos processos de ensino e aprendizagem (se aplicável)

7.1. Registaram-se alterações significativas quanto a instalações e equipamentos desde o anterior processo de avaliação?

[X] Sim [] Não

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

7.1.1. Em caso afirmativo, apresentar uma breve explanação e fundamentação das alterações efetuadas. (PT)

A ESCE está localizada em Valença e funciona num edifício construído de raiz, inaugurado em 2017. É composto por: 12 salas de ensino teórico; 6 salas de ensino prático (com 172 computadores) e 1 anfiteatro. Todas as salas com sistema de vídeo projeção e 6 com sistema de videoconferência; 1 centro de inovação e logística; 1 auditório; 1 biblioteca; 11 salas de estudo; 1 videoteca e 1 sala para reserva. Conta também com 1 receção; 1 área de serviços académicos; 1 sala de serviços balcão único; 1 gabinete de apoio aos cursos; 1 gabinete técnico; 1 sala de apoio à biblioteca; 24 gabinetes; 3 gabinetes de atendimento tutorial; 2 salas de reuniões; 4 salas para incubação; 1 sala de apoio a entidades externas; 1 sala de exposições; 1 sala polivalente; 1 área para a Alto Minho Business School; 1 oficina; 1 sala para arquivo morto; 1 armazém e 3 gabinetes. Espaços exteriores: 1 pista de manutenção; 1 campo desportivo; 1 campo de basquetebol; 1 anfiteatro natural e 1 habitação para atividades recreativas dos alunos.

7.1.1. Em caso afirmativo, apresentar uma breve explanação e fundamentação das alterações efetuadas. (EN)

ESCE is located in Valença and is housed in a new building, inaugurated in 2017. It comprises: 12 theoretical teaching rooms; 6 practical teaching rooms (with 172 computers) and 1 amphitheatre. All the rooms have a video projection system and 6 have a videoconferencing system; 1 innovation and logistics centre; 1 auditorium; 1 library; 11 study rooms; 1 video library and 1 reserve room. It also has 1 reception area; 1 academic services area; 1 one-stop shop services room; 1 course support office; 1 technical office; 1 library support room; 24 offices; 3 tutorial service offices; 2 meeting rooms; 4 incubation rooms; 1 support room for external organisations; 1 exhibition room; 1 multipurpose room; 1 area for the Alto Minho Business School; 1 workshop; 1 dead archive room; 1 warehouse and 3 offices. Outdoor spaces: 1 maintenance track; 1 sports field; 1 basketball court; 1 natural amphitheatre and 1 house for students' recreational activities.

7.2. Registaram-se alterações significativas quanto a parcerias nacionais e internacionais no âmbito do ciclo de estudos desde o anterior processo de avaliação?

[X] Sim [] Não

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE
em Funcionamento

7.2.1. Em caso afirmativo, apresentar uma síntese das alterações ocorridas. (PT)

A ESCE-IPVC estabeleceu vários protocolos de cooperação nacionais (150) e internacionais (43) com organizações públicas e privadas. Destacam-se:

Heilbronn University (Alemanha)

VIVES University (Bélgica)

Universidade de S. Paulo (Brasil)

University of Split (Croácia)

University of Maribor (Eslovénia)

Universidad de León (Espanha)

Universidad Santiago de Compostela

Fundación Ronseel (Espanha)

Tallinn University of Technology (Estónia)

Université Paris Descartes (França)

Avans University of Applied Sciences (Holanda)

Università Degli Studi Di Teramo (Itália)

Rezeknes Augskola (Letónia)

Siauliai University (Lituânia)

Goce Delcev State University Stip (Macedónia)

Bialystok Technical University (Polónia)

University of Hradec Králové (República Checa)

DSV ROAD SPAIN SAL

AC Concept, S.A.

ANJE

Associação Empresarial de Viana do Castelo

Associação Portuguesa de Gestão de Projetos

BorgWarner Portugal

Brunswick Marine

CEVAL

7.2.1. Em caso afirmativo, apresentar uma síntese das alterações ocorridas. (EN)

ESCE-IPVC has established several national (150) and international (43) cooperation protocols with public and private organisations. These include:

- Heilbronn University (Alemanha)*
- VIVES University (Bélgica)*
- Universidade de S. Paulo (Brasil)*
- University of Split (Croácia)*
- University of Maribor (Eslovénia)*
- Universidad de León (Espanha)*
- Universidad Santiago de Compostela*
- Fundación Ronseel (Espanha)*
- Tallinn University of Technology (Estónia)*
- Université Paris Descartes (França)*
- Avans University of Applied Sciences (Holanda)*
- Università Degli Studi Di Teramo (Itália)*
- Rezeknes Augskola (Letónia)*
- Siauliai University (Lituânia)*
- Goce Delcev State University Stip (Macedónia)*
- Bialystok Technical University (Polónia)*
- University of Hradec Králové (República Checa)*
- DSV ROAD SPAIN SAL*
- AC Concept, S.A.*
- ANJE*
- Associação Empresarial de Viana do Castelo*
- Associação Portuguesa de Gestão de Projetos*
- BorgWarner Portugal*
- Brunswick Marine*
- CEVAL*

7.3. Registaram-se alterações significativas quanto a estruturas de apoio aos processos de ensino e aprendizagem desde o anterior processo de avaliação?

[X] Sim [] Não

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE
em Funcionamento

7.3.1. Em caso afirmativo, apresentar uma síntese das alterações ocorridas. (PT)

Na ESCE-IPVC registaram-se alterações positivas nas bibliotecas, laboratórios e TIC/software específico para lecionação. É ainda de referir o surgimento dos seguintes serviços: os SAS-IPVC desenvolveram um conjunto de novos serviços de carácter inovador, como o Bus Académico, a Lavandaria Low Cost, a Oficina Cultural e o SAS Mobile; Gabinete e Portal de Emprego IPVC que funciona em articulação com as Direções das unidades orgânicas, coordenações de Curso, estudantes/diplomados e empresas; a CIMEIRA IPVC, iniciativa estruturante de permanente auscultação e feedback, com os "SmartTalks" e a feira de emprego com "Speed Recruitment"; desenvolvimento da on.ipvc, onde se encontra a gestão da atividade letiva (matriculas, inscrições a exames, distribuição serviço docente, gestão horários, inscrição turmas, PUC, assiduidade, sumários, inquéritos de ensino). Também foram desenvolvidas nas várias Escolas estruturas de e-learning.

7.3.1. Em caso afirmativo, apresentar uma síntese das alterações ocorridas. (EN)

At ESCE-IPVC there have been positive changes in the libraries, laboratories and ICT/software specific to teaching. The following services have also emerged: SAS-IPVC has developed a number of new innovative services, such as the Academic Bus, Low Cost Laundry, the Cultural Workshop and SAS Mobile; the IPVC Employment Office and Portal, which works in conjunction with the departments of the organisational units, course coordinators, students/diplomates and companies; CIMEIRA IPVC, a structuring initiative for permanent consultation and feedback, with "SmartTalks" and the "Speed Recruitment" job fair; development of on.ipvc, where teaching activity is managed (enrolment, exam registration, distribution of teaching services, timetable management, class registration, PUC, attendance, summaries, teaching surveys). E-learning structures have also been developed at the various schools.

7.4. Registaram-se alterações significativas quanto a locais de estágio e/ou formação em serviço, protocolos com as respetivas entidades e garantia de acompanhamento efetivo dos estudantes durante o estágio desde o anterior processo de avaliação?

[X] Sim [] Não

7.4.1. Em caso afirmativo, apresentar uma síntese das alterações ocorridas. (PT)

Considerando que um dos objetivos do CE passa, também, por aproximar os seus alunos à realidade profissional, os alunos realizam estágio extracurricular onde terão a possibilidade de ter uma primeira experiência em contexto de trabalho na área do CE. Assim, a ESCE-IPVC tem apostado na dinamização de parcerias, estabelecendo novos protocolos nos mais diversos setores de atividade, assumindo um papel pro-ativo neste processo. No caso específico do CE em análise, existe protocolo com 69 empresas, que dada a limitação de caracteres foi-nos impossível colocar neste campo os nomes dessas empresas/organizações.

7.4.1. Em caso afirmativo, apresentar uma síntese das alterações ocorridas. (EN)

Considering that one of the objectives of EC is also to bring its students closer to the professional reality, students undertake extracurricular internships where they will have the chance to have a first experience in a work context in the area of EC. As such, ESCE-IPVC has been committed to boosting partnerships, establishing new protocols in a wide range of business sectors and taking a proactive role in this process. In the specific case of the EC under analysis, there is a protocol with 69 companies, which, due to the limited number of characters, it was impossible for us to list in this field the names of these companies/organisations.

8. Parâmetros de avaliação do Ciclo de Estudos.

8.1. Estudantes inscritos no ciclo de estudos no ano letivo em curso.

8.1.1. Total de estudantes inscritos.

134.0

8.1.2. Caracterização por Género.

Género	Percentagem
Masculino	38.06
Feminino	61.94

8.1.3. Estudantes inscritos por ano curricular.

Ano curricular	Estudantes inscritos
1º ano curricular	57
2º ano curricular	38
3º ano curricular	39

8.1.4. Eventual informação adicional sobre a caracterização dos estudantes. (PT)

A maioria dos estudantes do CE são provenientes do Minho, nomeadamente de Braga com 58,96% e Viana do Castelo com 23,88%, o que de alguma forma é coerente com a missão do IPVC quando refere que existe um "...compromisso, centrado no desenvolvimento da região e do país, e na internacionalização." Do Distrito do Porto estão inscritos no CE 9,7% do total dos alunos, sendo os demais distribuídos pelos Distritos de Beja, Lisboa, Viseu e Ilha da Madeira.

Quanto à sua distribuição por idade, 72,39% tem idade menor ou igual a 20 anos, 17,91% entre 21 e 22 anos, representando a grande maioria dos alunos. Apenas existe um aluno maior ou igual a 40 anos.

A percentagem de Trabalhadores estudantes é residual (4,48%) equivalente a 6 pessoas.

Do total dos inscritos, 8,96% são estrangeiros.

The majority of EC students come from Minho, namely Braga with 58.96% and Viana do Castelo with 23.88%, which is somewhat consistent with IPVC's mission statement when it says that there is a "...commitment, centred on the development of the region and the country, and on internationalisation." 9.7 per cent of the total number of students enrolled in the EC are from the district of Porto, with the rest spread across the districts of Beja, Lisbon, Viseu and Madeira Island.

In terms of age distribution, 72.39 per cent are aged 20 or under, while 17.91 per cent are aged between 21 and 22, representing the vast majority of students. There is only one student aged 40 or over.

The percentage of student workers is residual (4.48%), equivalent to 6 people.

Of all those enrolled, 8.96% are foreigners.

8.2. Procura do ciclo de estudos - Estudantes

Parâmetro	Penúltimo ano	Último ano	Ano corrente
N.º de vagas / No. of openings	57	57	55
N.º de candidatos / No. of candidates	253	372	243
N.º de admitidos / No. of admissions	51	61	54
N.º de inscritos no 1º ano, 1ª vez / No. of enrolments in 1st year 1st time	46	45	47

8.2. Procura do ciclo de estudos - Classificações

Parâmetro	Penúltimo ano	Último ano	Ano corrente
Nota de candidatura do último colocado / Grade of the last candidate to be admitted	126.7	140.3	143.3
Nota média de entrada / Average entry grade	142.3	152.3	153.52

8.3. Resultados Académicos.

8.3.1. Eficiência formativa.

Indicador	Antepenúltimo ano	Penúltimo ano	Último ano
N.º de graduados / No. of graduates	31	18	30
N.º de graduados em N anos / No. of graduates in N years	22	15	25
N.º de graduados em N+1 anos / No. of graduates in N+1 years	6	2	4
N.º de graduados em N+2 anos / No. of graduates in N+2 years	3	1	0
N.º de graduados em mais de N+2 anos / No. of graduates in more than N+2 years	0	0	1

8.3.2. Apresentar relação de teses defendidas nos três últimos anos, indicando, para cada uma, o título, o ano de conclusão e o resultado final (PT)

Nada a reportar.

8.3.2. Apresentar relação de teses defendidas nos três últimos anos, indicando, para cada uma, o título, o ano de conclusão e o resultado final (EN)

Nothing to report.

8.3.3. Dados sobre desemprego dos diplomados do ciclo de estudos (PT)

Segundo a última informação reportada pelo <https://infocursos.medu.pt/>, entre 2018 e 2021 foram diplomados 102 alunos em marketing e Comunicação Empresarial e apenas 9 estavam inscritos em 2022 no IEFP. Dentro do acompanhamento que tem sido possível realizar através da ação do Coordenador de Curso e do Gabinete de Apoio aos Cursos da ESCE, a sensação é que a grande maioria dos diplomados encontra, com facilidade, emprego, uma vez que quando os recém diplomados são contactados para responderem a uma oferta de emprego, por norma já estão empregados. Também tem acontecido no ano 2018/19, 2021/22 e 2022/23 que alguns estudantes ficam a trabalhar nos seus locais de estágio extra-curricular.

8.3.3. Dados sobre desemprego dos diplomados do ciclo de estudos (EN)

According to the latest information reported by <https://infocursos.medu.pt/>, 102 students graduated in Marketing and Business Communication between 2018 and 2021 and only 9 were registered with the IEFP in 2022. Within the follow-up that has been possible through the action of the Course Coordinator and the ESCE Course Support Office, the feeling is that the vast majority of graduates find employment easily, since when recent graduates are contacted to respond to a job offer, they are usually already employed. It has also been the case in 2018/19, 2021/22 and 2022/23 that some students are working at their extra-curricular work placements.

8.4. Resultados de internacionalização.

8.4.1. Mobilidade de estudantes, docentes e pessoal técnico, administrativo e de gestão.

Indicador	Antepenúltimo ano	Penúltimo ano	Último ano
Alunos estrangeiros matriculados no ciclo de estudos / Foreign students enrolled in the study programme	17.44	25.5	17.9
Alunos em programas internacionais de mobilidade (in) / Students in international mobility programs (in)			1.5
Alunos em programas internacionais de mobilidade (out) / Students in international mobility programs (out)	1.37		0.7
Docentes estrangeiros (in) / Foreign teaching staff (in)	26.1	21.7	52.1
Docentes (out) / Teaching staff (out)	8.7	30.4	47.8
Pessoal técnico, administrativo e de gestão estrangeiro (in) / Foreign technical, administrative and management staff (in)			
Pessoal técnico, administrativo e de gestão (out) / Technical, administrative and management staff (out)			

8.4.2. Participação em redes internacionais com relevância para o ciclo de estudos (PT)

No âmbito do programa Erasmus+, a ESCE estabeleceu uma ampla rede de parcerias com instituições de ensino superior internacionais que proporcionam não apenas aos nossos estudantes, mas também aos docentes, oportunidades de vivenciar experiências de ensino e culturais no cenário internacional. Destacamos as seguintes: Biaystok University of Technology, Universidade de Santiago de Compostela, Univeritá Degli Studi Mediterranea Reggio Calabria, Oslo Metropolitan University, Universidade de Sevilha, Opole University of Technology, Avans School of International Studies, Bialystok Technical University, Canakkale Onsekiz Mart University, Coburg University of Applied Sciences and Arts, College of Polytechnics Jihlava, Duale Hochschule Baden-Württemberg Ravensburg...

O Encontro Internacional de Jovens Empreendedores (envolve IES de PT e ES) e tem sido um sucesso. Desde a 1ª edição temos participado com alunos do CE no Projeto SFERA Experience (<https://fundacionucjc.org/en/sfera-experience/>)

8.4.2. Participação em redes internacionais com relevância para o ciclo de estudos (EN)

Within the framework of the Erasmus+ programme, ESCE has established a wide network of partnerships with international higher education institutions that provide not only our students, but also our teaching staff, with opportunities to experience teaching and cultural experiences on an international stage. We would like to highlight the following: Biaystok University of Technology, University of Santiago de Compostela, Univeritá Degli Studi Mediterranea Reggio Calabria, Oslo Metropolitan University, University of Seville, Opole University of Technology, Avans School of International Studies, Bialystok Technical University, Canakkale Onsekiz Mart University, Coburg University of Applied Sciences and Arts, College of Polytechnics Jihlava...

The International Meeting of Young Entrepreneurs (involving HEIs from PT and ES) has been a success. Since the first edition, we have participated with EC students in the SFERA Experience Project (<https://fundacionucjc.org/en/sfera-experience/>).

8.5. Resultados das atividades de investigação e desenvolvimento e/ou de formação avançada e desenvolvimento profissional de alto nível

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE
em Funcionamento

8.5.1. Unidade(s) de investigação, no ramo de conhecimento ou especialidade do ciclo de estudos, em que os docentes desenvolvem a sua atividade científica.

Unidade de investigação	Classificação (FCT)	IES	Tipos de Unidade de Investigação	N.º de docentes do ciclo de estudos integrados
Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (CECS)	Excelente	Universidade do Minho (UM)	Outro	1
Centro de Estudos Jurídicos, Económicos e Ambientais (CEJEA)	Bom	Fundação Minerva - Cultura - Ensino e Investigação Científica (FMinerva)	Outro	1
Centro de Estudos Organizacionais e Sociais do Politécnico do Porto (CEOS.PP)	Bom	Instituto Politécnico do Porto (IPP)	Outro	2
Centro de Investigação ALGORITMI (ALGORITMI)	Muito Bom	Universidade do Minho (UM)	Outro	1
Centro de Investigação e Desenvolvimento em Matemática e Aplicações (CIDMA)	Muito Bom	Universidade de Aveiro (UA)	Outro	1
Centro de Investigação e Desenvolvimento em Sistemas Agroalimentares e Sustentabilidade (CISAS)	Bom	Instituto Politécnico de Viana do Castelo (IPVC)	Institucional	1
Centro de Investigação, Desenvolvimento e Inovação em Turismo (CITUR)	Bom	Instituto Politécnico de Leiria (IPLeiria)	Subsidiária	1
Centro para o Desenvolvimento Rápido e Sustentado de Produto (CDRSP)	Excelente	Instituto Politécnico de Leiria (IPLeiria)	Outro	1
INESC TEC - INESC Tecnologia e Ciência (INESC TEC)	Muito Bom	Inesc Tec - Instituto de Engenharia de Sistemas e Computadores, Tecnologia e Ciência (INESC TEC)	Outro	2
Instituto de Sociologia da Universidade do Porto (IS-UP)	Muito Bom	Faculdade de Letras da Universidade do Porto (FL/UP)	Outro	1
Laboratório Associado de Energia, Transportes e Aeronáutica (LAETA)	Excelente	INEGI - Instituto de Ciência e Inovação em Engenharia Mecânica e Engenharia Industrial (INEGI/UP)	Outro	1
Unidade de Investigação Aplicada em Gestão (UNIAG)	Bom	Instituto Politécnico de Bragança (IPBragança)	Institucional	4

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

8.5.2. Lista dos principais projetos e/ou parcerias nacionais e internacionais em que se integram as atividades científicas, tecnológicas, culturais e artísticas desenvolvidas na área do ciclo de estudos incluindo, quando aplicável, indicação dos principais projetos financiados e do volume de financiamento envolvido. (PT).

TECH | TECH-Tecnologia, Ambiente, Criatividade e Saúde- 1 656 726,33 €

PAT.TECH - Potenciar, Aproximar e Transferir Tecnologia e Conhecimento Científico- 597 159,00 €

Link Me Up - 1000 ideias - Sistema de Apoio à co-criação de inovação, criatividade e empreendedorismo-5 562 774,12 €

IPVC-LInEA (Linhas de INovação de Ensino e Aprendizagem)- 798 753,22 €

Com.Sigo - Skills 4 Pós-COVID - Competências para o futuro no Ensino Superior . 399 920,79 €

BAITS | PRR-IMPULSO JOVEM E IMPULSO ADULTOS - 3 812 000,00 €

BDA | PRR - BLUE DESIGN ALLIANCE- 3 931 000,00 €

8.5.2. Lista dos principais projetos e/ou parcerias nacionais e internacionais em que se integram as atividades científicas, tecnológicas, culturais e artísticas desenvolvidas na área do ciclo de estudos incluindo, quando aplicável, indicação dos principais projetos financiados e do volume de financiamento envolvido. (EN)

TECH | TECH-Technology, Environment, Creativity, and Health - 1,656,726.33 €

PAT.TECH - Empower, Approach, and Transfer Technology and Scientific Knowledge - 597,159.00 €

Link Me Up - 1000 Ideas - Support System for Co-creation of Innovation, Creativity, and Entrepreneurship - 5,562,774.12 €

IPVC-LInEA (Lines of Innovation in Teaching and Learning) - 798,753.22 €

Com.Sigo - Skills 4 Post-COVID - Skills for the Future in Higher Education - 399,920.79 €

BAITS | PRR-YOUTH IMPULSE AND ADULT IMPULSE - 3,812,000.00 €

BDA | PRR - BLUE DESIGN ALLIANCE - 3,931,000.00 €

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

8.5.4. Atividades de desenvolvimento tecnológico e artístico, prestação de serviços à comunidade e formação avançada na(s) área(s) científica(s) fundamental(ais) do ciclo de estudos, e seu contributo real para o desenvolvimento nacional, regional e local, a cultura científica e a ação cultural, desportiva e artística. (PT)

Em novembro (no dia de aniversário da ESCE), inaugurou-se a exposição HUMANESCE, com curadoria do Coordenador do Curso de Marketing e Comunicação Empresarial e participação ativa na pré-produção, produção e pós-produção de três alunos do CE em avaliação. Contou ainda com a participação voluntária dos alunos de todos os Cursos de Especialização da Escola que se deixaram fotografar exposição que se encontra ainda em exibição na sala de exposições da ESCE.

O objetivo da exposição foi retirar a máscara que tinha acompanhado os alunos em momentos de pandemia COVID-19, deixando o registo impresso de suas faces em local apropriado, trazendo alguma humanização a um período onde prevaleceram as máscaras e houve pouca interação social. A exposição foi notícia em vários meios de comunicação social de âmbito regional, assim como nas redes sociais do IPVC e da ESCE.

Realizaram-se as Conferências de Marketing, evento dedicado à exploração e discussão das últimas tendências, estratégias e inovações no campo do marketing. Esta conferência proporciona uma plataforma para profissionais da indústria, especialistas e entusiastas compartilharem seus conhecimentos, experiências e insights.

Além disso, ocorreram os Digital Talks, apresentações, discussões ou palestras focadas em temas digitais, como marketing digital, comunicação online, estratégias de mídia social e avanços tecnológicos.

Também foram realizados os Open's Days, eventos organizados para abrir suas portas ao público, onde os visitantes têm a oportunidade de explorar as instalações, conhecer professores ou funcionários, participar de sessões informativas e obter uma experiência em primeira mão da cultura e ofertas da instituição ou organização.

Foi elaborado o EIJE - Encontro Internacional de Jovens Empreendedores, um encontro internacional projetado especificamente para jovens empreendedores em parceria com o Instituto Politécnico de Viseu, Instituto Politécnico de Bragança, Centro Regional de Braga da Universidade Católica Portuguesa, Universidade de Santiago de Compostela, Escola Universitária de Relações Laborais da Coruña(ERLAC), Faculdade de Ciências Económicas e Empresariais da Universidade de Vigo, e Escola Politécnica Superior de Zamora - Universidade de Salamanca. Foram ainda realizadas as Jornadas de Marketing (Marketing Days), que é um evento dedicado a atividades relacionadas com o Marketing, empreendedorismo e visão profissional da área.

O "Linking Your Future", é uma iniciativa que enfatiza a conexão entre ações presentes ou educação e futuras oportunidades, bem como o Bootcamp de Receção a Estudante, um programa imersivo de orientação projetado para dar as boas-vindas e preparar os novos alunos para sua jornada acadêmica. Este bootcamp incluiu atividades como exercícios de integração, sessões informativas, passeios pelo campus e apresentações de recursos acadêmicos e extracurriculares, visando garantir uma transição tranquila dos estudantes para seu ambiente educacional.

In November (on ESCE's birthday), the HUMANESCE exhibition was inaugurated, curated by the Coordinator of the Marketing and Business Communication course and with the active participation in pre-production, production and post-production of three EC students under evaluation. There was also the voluntary participation of students from all the School's Specialisation Courses who allowed themselves to be photographed in the exhibition, which is still on display in the ESCE exhibition room.

The aim of the exhibition was to remove the masks that had accompanied the students during the COVID-19 pandemic, leaving a printed record of their faces in an appropriate place, bringing some humanisation to a period when masks prevailed and there was little social interaction. The exhibition made headlines in various regional media, as well as on the IPVC and ESCE social networks. The Marketing Conferences were held, an event dedicated to exploring and discussing the latest trends, strategies and innovations in the field of marketing. This conference provides a platform for industry professionals, experts and enthusiasts to share their knowledge, experiences and insights.

In addition, there were Digital Talks, presentations, discussions or lectures focussed on digital topics such as digital marketing, online communication, social media strategies and technological advances.

Open's Days were also held, events organised to open their doors to the public, where visitors have the opportunity to explore the facilities, meet professors or staff, take part in information sessions and get a first-hand experience of the culture and offerings of the institution or organisation.

The EIJE - International Meeting of Young Entrepreneurs, an international meeting designed specifically for young entrepreneurs, was organised in partnership with the Polytechnic Institute of Viseu, the Polytechnic Institute of Bragança, the Braga Regional Centre of the Portuguese Catholic University, the University of Santiago de Compostela, the University School of Labour Relations of Coruña (ERLAC), the Faculty of Economic and Business Sciences of the University of Vigo, and the Higher Polytechnic School of Zamora - University of Salamanca. Marketing Days were also held, which is an event dedicated to activities related to marketing, entrepreneurship and professional vision in the area.

Linking Your Future" is an initiative that emphasises the connection between present actions or education and future opportunities, as well as the Student Welcome Bootcamp, an immersive orientation programme designed to welcome and prepare new students for their academic journey. This bootcamp included activities such as integration exercises, information sessions, campus tours and presentations of academic and extracurricular resources, aimed at ensuring a smooth transition for students into their educational environment.

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE
em Funcionamento

8.6. Relatório de autoavaliação do ciclo de estudo elaborado no âmbito do sistema interno de garantia da qualidade.

[RAC_2021_22.pdf](#) | PDF | 478.4 Kb

9. Análise SWOT do ciclo de estudos e proposta de ações de melhoria.

9.1. Análise SWOT global do ciclo de estudos.

9.1.1. Forças. (PT)

Missão e Objetivos:

CE orientado para a aplicação prática dos conhecimentos alinhada com as necessidades da economia regional e transfronteiriça;
Credibilidade local, regional, e nacional da instituição;
Serviços de apoio social;
Existência de curso de 2º ciclo na mesma área científica (Mestrado em Marketing Digital 2023/24).

Organização e mecanismos de garantia da Qualidade:

SG com tripla certificação de Qualidade e Responsabilidade Social, desde março de 2009 (normas: NP EN ISO 9001:2015; NP 4469:2019), e Certificação de Conformidade em Sistemas de Gestão da Conciliação da Vida Profissional, Familiar e Pessoal com a NP 4552:2016;
Metodologias de monitorização e controlo de atividades;
Implementação do Plano Institucional para a Igualdade.

Recursos materiais e parcerias

Instalações e recursos materiais de elevada qualidade e de primeira geração;
Software atuais e específicos (Simulador de Marketing e Estratégia; Simulador de Gestão Empresarial; software de estatística; software de tratamento e edição de imagem; Training Factory Industry 4.0 - Education;
Equipamento informático recente;
Diversos protocolos de colaboração elaborados com empresas e instituições da região e da euronregião Valença-Tui;
Aumento do número de parcerias nacionais e internacionais com empresas conducentes à realização de estágios não curriculares;
Laboratórios e salas de aula apetrechadas com projetores de alta resolução, e outras tecnologias facilitadoras do ensino a distância;
Bus Académico, como elemento facilitador da mobilidade dos discentes.

Pessoal docente e não docente

Corpo docente qualificado, com grau de doutor com dedicação a tempo integral;
% relevante de professores a tempo integral com mais de três anos de ligação à instituição;
Capacidade científica do corpo docente que originou aumento do número de publicações nacionais e internacionais indexados a SCOPUS, WOS e outras bases de indexação;
Corpo docente estável a investir em formação avançada em educação e tecnologias;
Quadro docente único no IPVC, e não por Escola, o que permite maior flexibilidade na gestão do pessoal docente;
Economia de eficiência resultante da centralização nos serviços centrais do IPVC.

Estudantes

Proximidade e cooperação entre os docentes e os discentes;
Encorajamento e apoio à mobilidade académica dos alunos;
Existência de uma cultura de avaliação à qualidade de ensino;
Empreendedorismo pela via do PI, Poliempreeunde, EIJE, SFERA Experience, Junior Achievement...;
Grande envolvimento dos alunos do CE nas atividades de gestão da vida académica
Forte identificação dos estudantes com a instituição;
Estágios internacionais com recurso a bolsa.

Processos

Existência de plataformas de ensino à distância;
Existência, no 3º ano, da UC de Projeto Final que integra o conhecimento e competências adquiridos ao longo do CE.

Resultados

Procura do CE como 1ª opção;
Reconhecimento pelas instituições regionais da valia do CE;
Número de licenciados;
Elevada taxa de empregabilidade.

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

9.1.1. Forças. (EN)

Mission and Objectives:

CE oriented towards the practical application of knowledge aligned with the needs of the regional economy;

Local, regional, and national credibility of the institution;

Social support services;

Existence of a 2nd cycle course in the same scientific area (Master's in Digital Marketing 2023/24).

Organization and Quality assurance mechanisms:

SG with double certification of Quality and Social Responsibility, since March 2009 (standards: NP EN ISO 9001:2015; NP 4469:2019), and Certification of Conformity in Management Systems for the Reconciliation of Professional, Family and Personal Life with NP 4552:2016;

Methodologies for monitoring and controlling activities;

Implementation of the Institutional Plan for Equality.

Material resources and partnerships

High-quality, first-generation facilities and material resources;

Current and specific software (Marketing and Strategy Simulator; Business Management Simulator; statistics software; image processing and editing software; Training Factory Industry 4.0 - Education;

Recent computer equipment;

Several collaboration protocols drawn up with companies and institutions in the region and the Valença-Tui euroregion;

Increase in the number of national and international partnerships with companies leading to non-curricular internships;

Laboratories and classrooms equipped with high-resolution projectors and other technologies that facilitate distance learning;

Academic Bus, as an element that facilitates student mobility.

Teaching and non-teaching staff

Qualified teaching staff, with a doctorate degree and full-time dedication;

Relevant % of full-time teachers with more than three years of connection to the institution;

Scientific capacity of the teaching staff that led to an increase in the number of national and international publications indexed to SCOPUS, WOS and other indexing bases;

Stable, young teaching staff investing in advanced training in education and technologies;

Single teaching staff at IPVC, and not per School, which allows greater flexibility in the management of teaching staff;

Efficiency savings resulting from centralization in IPVC core services.

Students

Proximity and cooperation between teachers and students;

Encouragement and support for students' academic mobility;

Existence of a culture of evaluating teaching quality;

Entrepreneurship through the Integrated Project, Poliempreende, EIJE, SFERA Experience, Junior Achievement...;

Great involvement of CE students in academic life management activities

Strong identification of students with the institution;

International internships using a scholarship.

Process

Existence of distance learning platforms;

Existence, in the 3rd year, of the Final Project UC that integrates the knowledge and skills acquired throughout the CE.

Results

Search for the CE as the 1st option;

Recognition by regional institutions of the value of the CE;

Number of licensees;

High employability rate.

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

9.1.2. Fraquezas. (PT)

Missão e Objetivos:

Inexistência de uma linha de Investigação concertada e para a área do Marketing e Comunicação Empresarial dentro do IPVC, apesar do esforço individual dos docentes por publicar.

Organização e mecanismos de garantia da Qualidade:

Falta de reconhecimento efetivo das valias práticas de um SG certificado (muitas vezes conotado com burocracia);

Alheamento dos alunos face ao SG e consequente reduzida participação na operacionalização do mesmo (ex.: nas auditorias internas, na resposta ao IASQE, na elaboração dos RAC, etc.);

Baixa eficiência do sistema de gestão documental, de sistemas de acompanhamento de indicadores de desempenho e de recolha de informação;

Comunidade alumni ainda em organização.

Recursos materiais e parcerias:

Ausência de um laboratório multimédia que possa potenciar as competências adquiridas em UC específicas, apesar da existência de salas de aulas com software específico para o efeito;

Necessidade de continuar a robustecer o acervo bibliográfico existente na biblioteca da UO.

Pessoal docente e não docente:

Número reduzido de pessoal não docente, apesar de do esforço do IPVC e da Direção da ESCE em resolver essa situação tendo a ESCE mais um funcionário do que no ano letivo anterior, e mais 2 que há ois anos atrás.

O pessoal docente tem pouco tempo disponível para dedicar a atividades de investigação, nomeadamente para docentes que têm algum tipo de cargo de gestão, bem como para aqueles que têm outras funções e projetos onde estão envolvidos;

Reduzido apoio financeiro às atividades de investigação dos docentes;

Estudantes:

Participação insuficiente por parte dos estudantes no preenchimento dos inquéritos de avaliação à qualidade de ensino;

Alunos ainda algo reticentes aos programas de mobilidade;

Taxa de abandono escolar, embora no âmbito do projeto Com.Sigo se estejam a desenvolver ações tendentes a resolver esta problemático, como por exemplo a criação de equipas de mentoria de alunos para alunos;

Lacunas na formação de base dos alunos provenientes do ensino secundário e/ou profissional.

Processos:

Dificuldade no acompanhamento continuado aos alunos do processo de ensino/aprendizagem;

Escassez de mecanismos de remediação das competências deficitárias dos estudantes à entrada;

Existência de poucas oportunidades de aprendizagem e desenvolvimento da língua Inglesa (apenas no âmbito do Projeto DEMOLA e em número reduzido), para além das UC que constam no plano curricular do CE.

Resultados:

Reduzido número de alunos estrangeiros e em mobilidade Erasmus +;

Elevada Taxa de reprovação nas UC de Métodos Quantitativos 1 e 2;

Falta de escala para a criação de Centro de Investigação autónomo.

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

9.1.2. Fraquezas. (EN)

Mission and Objectives:

Lack of a concerted line of Research in the area of ??Marketing and Business Communication within IPVC, despite the individual efforts of teachers to publish.

Organization and quality assurance mechanisms:

Lack of effective recognition of the practical value of a certified SG (often connoted with bureaucracy);

Students' alienation from the SG and consequent reduced participation in its operationalization (e.g., in internal audits, in responding to the IASQE, in the preparation of RAC, etc.);

Low efficiency of the document management system, performance indicator monitoring and information collection systems;

Alumni community still being organized.

Material resources and partnerships:

Lack of a photography and video laboratory that could enhance the skills acquired in specific UCs, despite the existence of classrooms with specific software for this purpose;

Need to optimize partnerships leading to international mobility;

Need to continue strengthening the existing bibliographic collection in the OU library, despite the recent acquisition of new technical books specific to the area.

Teaching and non-teaching staff:

Reduced number of non-teaching staff, despite IPVC's efforts to resolve this situation by having ESCE have one more employee than in the previous academic year;

Teaching staff have little time available to dedicate to research activities, particularly for teachers who have some type of management position, as well as for those who have other functions and projects in which they are involved;

Reduced financial support for teachers' research activities;

Lack of a properly formalized line of applied research oriented towards the area of ??Marketing and Business Communication.

Students:

Student workers who have difficulties in carrying out work outside of school hours;

Insufficient participation by students in completing teaching quality assessment surveys;

Students are still somewhat reticent about mobility programs;

School dropout rate, although within the scope of the ComSygo project, actions are being developed to resolve this problem, such as the creation of student-to-student mentoring teams;

Gaps in the basic training of students from secondary and/or vocational education, particularly mathematics.

Process:

Difficulty in continuously monitoring students in the teaching/learning process; Lack of mechanisms for remediating students' deficient skills upon entry;

Existence of few opportunities for learning and developing the English language (only within the scope of the DEMOLA Project and in a limited number), in addition to the UCs included in the CE curriculum plan.

Results:

Reduced number of foreign and Erasmus+ mobility students;

High failure rate in Quantitative Methods 1 and 2 UC;

Lack of scale for the creation of an autonomous Research Center.

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

9.1.3. Oportunidades. (PT)

Missão e Objetivos:

*Necessidade de requalificação profissional nas empresas e instituições do Alto Minho;
Procura crescente de quadros qualificados que possam responder a uma maior competitividade do mercado nacional e internacional na área do CE;
Proximidade ao mercado espanhol sem esta oferta formativa;
Proximidade de várias zonas industriais na região e euroregião;
Aumento do número de empresas especializadas neste domínio profissional na região;
Possibilidade de inclusão de ofertas formativas ao nível do 3º ciclo por parte das instituições de ensino superior politécnico.
Crescente taxa de procura do CE;
Aprendizagem ao longo da vida (ACD e MOOC).*

Organização e mecanismos de garantia da Qualidade:

*Crescente consciencialização social da pertinência da existência de um SG;
Evolução permanente nos fundamentos dos SI e comunicação, permitindo uma maior eficiência do fluxo de informação/documentos de suporte, bem como na monitorização de indicadores de desempenho e tomada de decisão para melhoria contínua;
Dar continuidade às políticas que promovem a conciliação entre a vida profissional e a vida familiar e pessoal.*

Recursos materiais e parcerias

*Novas tecnologias associadas ao ensino à distância;
Possibilidade de utilização do Laboratório Experimental da Câmara Municipal Valença;
Início da construção 2024/01 de uma residência para estudantes, em parceria com a CMV, com 56 camas a 500m da ESCE;
Existência de parcerias que potenciam uma relação mais sólida entre a ESCE e outras organizações públicas e/ou privadas, nomeadamente através da introdução de estágios em contexto profissional para os alunos finalistas.*

Pessoal docente e não docente

*Abertura de concurso público através do Edital nº 2130/2023 em 22 dezembro para contratação de pessoal docente na área do CE, poderá aumentar, no curto prazo, a capacidade de resposta e o envolvimento nas atividades relacionadas com o CE, a produção científica na área, e melhorando o rácio do corpo docente especializado na área do CE;
Abertura de procedimento concursal interno de progressão na carreira para docentes na área fundamental do CE em andamento, e outro a iniciar em 2024;
Formação de docentes na área de educação digital e novas metodologias de ensino/aprendizagem.*

Estudantes

*Cultura local de proximidade orientada para a relação interpessoal e inclusiva;
Beleza patrimonial e paisagística da cidade e da região propícias para uma vida académica saudável e estimulante;
Experiência positiva do word of mouth por via da realização do ESCE OPEN DAYS com total envolvimento dos alunos.*

Processos

*Recursos oferecidos pelas plataformas de e-learning;
Identificação das causas do abandono do CE por forma a definir estratégias de correção do problema;*

Resultados

*Desenvolvimento do Espaço Europeu do Ensino Superior, nomeadamente com a parceria com outras instituições de ES no projeto SUNRISE, ainda em fase de avaliação pela Comissão Europeia;
Integração dos alunos no tecido empresarial do Minho.*

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

9.1.3. Oportunidades. (EN)

Mission and Objectives:

Need for professional retraining in companies and institutions in Alto Minho;

Growing demand for qualified staff who can respond to greater competitiveness in the national and international market in the CE area;

Proximity to the Spanish market without this training offer;

Proximity to several industrial zones in the region and Euroregion;

Increase in the number of companies specialized in this professional field in the region;

Possibility of including training offers at the 3rd cycle level by polytechnic higher education institutions.

Increasing demand rate for CE;

Lifelong learning (ACD and MOOC).

Organization and Quality assurance mechanisms:

Growing social awareness of the relevance of the existence of a SG;

Permanent evolution in the fundamentals of IS and communication, allowing greater efficiency in the flow of information/support documents, as well as monitoring performance indicators and decision-making for continuous improvement;

Continue policies that promote reconciliation between professional life and family and personal life.

Teaching and non-teaching staff

Opening of a public competition through Notice No. 2130/2023 on December 22 to hire teaching staff in the CE area, could increase, in the short term, the responsiveness and involvement in activities related to the CE, scientific production in the area, and improving the ratio of teaching staff specialized in the CE area;

Opening of an internal career progression competitive procedure for teachers in the fundamental area of ??CE in progress, and another to start in 2024;

Training of teachers in the area of ??digital education and new teaching/learning methodologies.

Students

Local culture of proximity oriented towards interpersonal and inclusive relationships;

Heritage and landscape beauty of the city and region conducive to a healthy and stimulating academic life;

Positive word of mouth experience through the holding of ESCE OPEN DAYS with full student involvement.

Process:

Resources offered by e-learning platforms;

Identification of the causes of EC abandonment in order to define strategies to correct the problem.

Results

Development of the European Higher Education Area, namely with the partnership with other HE institutions in the SUNRISE project, still in the evaluation phase by the European Commission;

Integration of students into the business fabric of Minho.

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE
em Funcionamento

9.1.4. Ameaças. (PT)

Missão e Objetivos:

Algum tecido empresarial regional e nacional orientado para a subcontratação, não privilegiando uma política de Marca e de Marketing;

Tecido empresarial de pequena dimensão e com uma gestão centralizada;

Localização distanciada dos grandes centros urbanos.

Organização e mecanismos de garantia da Qualidade:

Custos financeiros associados às oportunidades identificadas para a melhoria do sistema interno de garantia da qualidade (incluindo os recursos humanos)

Recursos materiais e parcerias:

Redução de verbas disponíveis para as parcerias com a ESCE por parte das instituições públicas e privadas protocoladas;

Diminuição do financiamento público, com reflexo no orçamento da ESCE.

Pessoal docente e não docente:

Diminuição do financiamento público para as instituições do ensino politécnico, o que dificulta a contratação de mais pessoal não docente, bem como o investimento em investigação; Precariedade laboral no contexto dos docentes contratados através do mecanismo da Bolsa de Recrutamento.

Estudantes

Enquadramento numa região periférica onde o abandono do ensino superior continua a ser uma realidade;

Lacuna na formação académica generalizada dos alunos que transitam do Ensino Secundário, nomeadamente na área das ciências exatas;

A localização da Escola no extremo Noroeste do país pode afetar o possível interesse dos potenciais candidatos a alunos em se deslocar até Valença para frequentar o CE;

Falta de residência para estudantes, embora tendo sido já iniciada a sua construção;

Importância atribuída aos rankings nacionais e internacionais;

Tendência demográfica regional e nacional;

Desvalorização atribuída ao diploma do Ensino Superior.

Processos

Hábitos de estudo e de trabalho dos alunos do ensino superior;

Pouco hábito de trabalho em grupo, condicionando as sinergias proporcionadas pelo espírito de equipa e partilha de responsabilidades e objetivos.

Resultados

Poucos professores especialistas na área do CE a nível nacional;

Concorrência externa de cursos em áreas afins;

Barreiras ao surgimento efetivo duma cultura Luso-Galaica no Noroeste Peninsular na área do ensino.

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

9.1.4. Ameaças. (EN)

Mission and Objectives:

*Some regional business fabric oriented towards subcontracting, not prioritizing a Brand and Marketing policy;
Small business fabric with centralized management;
Location far from large urban centers.*

Organization and quality assurance mechanisms:

Financial costs associated with opportunities identified to improve the internal quality assurance system (including human resources)

Material resources and partnerships:

*Reduction of funds available for partnerships with ESCE by registered public and private institutions;
Decrease in public funding, with an impact on the ESCE budget.*

Teaching and non-teaching staff:

Decrease in public funding for polytechnic education institutions, which makes it difficult to hire more non-teaching staff, as well as invest in research; Labor precariousness in the context of teachers hired through the Recruitment Exchange mechanism.

Students:

*Setting in a peripheral region where abandonment of higher education continues to be a reality;
Gap in the generalized academic training of students transitioning from Secondary Education, particularly in the area of ??exact sciences;
The location of the School in the extreme Northwest of the country may affect the possible interest of potential student candidates in traveling to Valença to attend CE;
Lack of residence for students, although construction has already started;
Importance attributed to national and international rankings;
Regional and national demographic trends;
Devaluation attributed to the Higher Education diploma.*

Process:

*Study and work habits of higher education students;
Little habit of working in groups, conditioning the synergies provided by team spirit and sharing of responsibilities and objectives.*

Results:

*Few specialist teachers in the CE area at national level;
External competition for courses in related areas;
Barriers to the effective emergence of a Luso-Galaic culture in the Northwest Peninsular in the area of ??education.*

9.2. Proposta de ações de melhoria.

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

9.2.1. Ação de melhoria. (PT)

1 Missão e objetivos

- a) *Promoção e apoio do novo segundo ciclo em Marketing Digital que faça o seguimento do CE sem que os estudantes sintam necessidade de mudar de IES.*
- b) *Dinamização da oferta de Ações de Curta Duração respondendo assim às necessidades de formação do tecido empresarial envolvente, impulsionando a notoriedade da ESCE e dos seus CE. Existem várias ACD já criadas no âmbito do PRR disponíveis, porém realça-se a criação da Pós-Graduação em Marketing para a Economia do Mar no âmbito da Blue Design Alliance e da qual também resultaram vários Cursos de Curta Duração.*
- c) *Apoio à participação em concursos de empreendedorismo dentro e fora do IPVC.*
- d) *Aumentar ainda mais a notoriedade do CE.*
- e) *Organização da Semana de Campo para os alunos de MCE com base na metodologia Challenge Based Learning*

2 Organização e mecanismos de garantia da Qualidade

- a) *Promover a melhoria da participação dos alunos nos inquéritos à qualidade de ensino, com especial incidência no 2.º semestre, melhorando assim a participação dos estudantes no sistema interno de garantia da qualidade.*
- b) *Criação de um sistema que permita recolher informação de forma eficaz e robusta sobre os antigos alunos, bem como de entidades empregadoras*

3 . Recursos materiais e parcerias

- a) *Dar continuidade ao reforço do acervo bibliográfico relevante para o curso, atualizando e diversificando as referências na biblioteca da ESCE para todas as UCs do plano de estudos, com prioridade para a área fundamental do curso.*
- b) *Aumentar o nº de laboratórios de informática com computadores.*
- c) *Aumentar o número de parcerias com atores económicos relevantes, estreitando e consolidando laços estratégicos, contribuindo para o crescimento de notoriedade do CE e da ESCE, bem como, potenciar a realização de estágios extra curriculares e profissionais aos diplomados*
- d) *Continuar a otimizar parcerias conducentes à mobilidade internacional dos alunos, em estágio, aumentando a notoriedade do CE em contexto internacional e motivando os alunos para aprendizagem além fronteiras.*

4 Pessoal docente e não docente

- a) *Continuar a formar docentes na área de educação digital e EaD*

5 Estudantes

- a) *Sensibilizar os estudantes para a importância do preenchimento do IASQE.*
- b) *Estimular uma vida académica saudável, inclusiva e socialmente responsável.*
- c) *Organizar visitas de estudo*

6 Processos

- a) *Diminuir a taxa de reprovação, nomeadamente nas UC com taxa de sucesso abaixo dos 75%.*
- b) *Diminuir a taxa de abandono do CE, com especial incidência para o 1º ano tendo para o efeito o Programa Com.Sigo desenvolvido um conjunto de estratégias, nomeadamente a formação de mentores, por forma a criar, muito em breve, a figura do aluno mentor (2º e 3º anos) para o aluno mentorado (1º ano).*
- c) *Criar uma estrutura que acompanhe os alunos diplomados no tecido empresarial.*

**Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE
em Funcionamento****9.2.1. Ação de melhoria. (EN)***1 Mission and objectives*

- a) Promotion and support of the new second cycle in Digital Marketing that follows the CE without students feeling the need to change HEIs.*
- b) Boosting the offer of Short-Term Shares, thus responding to the training needs of the surrounding business community, boosting the notoriety of ESCE and its CEs. There are several ACDs already created within the scope of the PRR available, however, the creation of the Postgraduate Course in Marketing for the Economy of the Sea within the scope of the Blue Design Alliance stands out, which also resulted in several Short Courses.*
- c) Support for participation in 12 Average 5 competitions for participation in Course Coordinator events. Management of In the execution phase. Various students Page 56 of 68 entrepreneurship inside and outside IPVC.*
- d) Further increase the CE's notoriety.*
- e) Organization of the Field Week for MCE students based on the Challenge Based Learning methodology*

2 Organization and quality assurance mechanisms

- a) Promote improved student participation in teaching quality surveys, with a special focus on the 2nd semester, thus improving student participation in the internal quality assurance system.*
- b) Creation of a system that allows information to be collected effectively and robustly about former students, as well as employers*

3 . Material resources and partnerships

- a) Continue strengthening the bibliographic collection relevant to the course, updating and diversifying the references in the ESCE library for all UCs in the study plan, with priority for the fundamental area of ??the course.*
- b) Increase the number of computer labs with computers.*
- c) Increase the number of partnerships with relevant economic actors, strengthening and consolidating strategic ties, contributing to the growth of CE and ESCE's notoriety, as well as promoting extra-curricular and professional internships for graduates*
- d) Continue to optimize partnerships leading to the international mobility of students during internships, increasing the CE's notoriety in an international context and motivating students to learn across borders.*

4 Teaching and non-teaching staff

- a) Continue training teachers in the area of ??digital education and distance learning*

5 Students

- a) Raise students' awareness of the importance of completing the IASQE.*
- b) Stimulate a healthy, inclusive and socially responsible academic life.*
- c) Organize study visits*

6 Processes

- a) Reduce the failure rate, particularly in UCs with a success rate below 75%.*
- b) Reduce the CE dropout rate, with a special focus on the 1st year, with the ComSygo Program developing a set of strategies, namely the training of mentors, in order to create, very soon, the figure of the student mentor (2nd and 3rd years) for the mentored student (1st year).*
- c) Create a structure that accompanies graduate students in the business sector.*

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE
em Funcionamento

9.2.2. Prioridade (alta, média, baixa) e tempo de implementação da ação. (PT)

Prioridade alta (PA), média (PM), baixa(PB) e tempo de implementação da ação (em meses):

1 Missão e objetivos

- 1.a) PA, 12m*
- 1.b) PA, 12m*
- 1.c) PM, 24m*
- 1.d) PM, 24m*
- 1.e) PA, 12m*

2 Organização e mecanismos de garantia da Qualidade

- 2.a) PA, 12m*
- 2.b) PM, 24m*

3 . Recursos materiais e parcerias

- 3.a) PM, 12m*
- 3.b) PM, 12m*
- 3.c) PA, 12m*
- 3.d) PA, 24m*

4 Pessoal docente e não docente

- 4.a) PM, 24m*
- 4.b) PM, 24m*

5 Estudantes

- 5.a) PA, 12m*
- 5.b) PM, 24m*
- 5.c) PM, 12m*
- 5.d) PA, 12m*

6 Processos

- 6.a) PA, 12m*
- 6.b) PA, 12m*
- 6.c) PB, 24m*

Apresentação do pedido | Avaliação/Acreditação de CE em Funcionamento

9.2.2. Prioridade (alta, média, baixa) e tempo de implementação da ação. (EN)

High (PA), medium (PM), low (PB) priority and action implementation time (in months):

1 Mission and objectives

- 1.a) PA, 12m*
- 1.b) PA, 12m*
- 1.c) PM, 24m*
- 1.d) PM, 24m*
- 1.e) PA, 12m*

2 Organization and quality assurance mechanisms

- 2.a) PA, 12m*
- 2.b) PM, 24m*

3 . Material resources and partnerships

- 3.a) PM, 12m*
- 3.b) PM, 12m*
- 3.c) PA, 12m*
- 3.d) PA, 24m*

4 Teaching and non-teaching staff

- 4.a) PM, 24m*
- 4.b) PM, 24m*

5 Students

- 5.a) PA, 12m*
- 5.b) PM, 24m*
- 5.c) PM, 12m*
- 5.d) PA, 12m*

6 Processes

- 6.a) PA, 12m*
- 6.b) PA, 12m*
- 6.c) PB, 24m*

9.2.3. Indicador(es) de implementação. (PT)

1 Missão e objetivos

- a) 15 alunos inscritos na formação*
- b) Abertura de, pelo menos, metade da oferta formativa*
- c) 5 estudantes a participar em eventos de empreendedorismo*
- d) 3 posts nas redes sociais IPVC por semestre relacionadas com o CE; N.º. notícias publicadas nos meios de com. social.*
- e) 10 estudantes*

2 Organização e mecanismos de garantia da Qualidade

- a) Taxa participação 50%*

b) Criação de Base de dados

3 Recursos materiais e parcerias

- a) Aquisição 5 referências bibliográficas*

- b) Aquisição 2 máquinas de fotografar/filmar e restante equipamento necessário para montar o laboratório*

c) 5 protocolos novos

- d) 1 estágio internacional por ano*

4 Pessoal docente e não docente

- a) 4 novos docentes do CE com formação em educação digital e EaD*

5 Estudantes

- a) Taxa acima dos 50%*

- b) 2 atividades por ano letivo*

- c) 1 visita de estudo por ano*

6 Processos

- a) Taxa de sucesso acima dos 75%*

- b) Diminuir o número de alunos que abandona o CE em comparação com o ano anterior*

- c) Definição da estrutura e implementação do sistema*

9.2.3. Indicador(es) de implementação. (EN)

- 1Mission and objectives
 - a)15 students enrolled in training
 - b)Opening at least half of the training offer
 - c)5 students participating in entrepreneurship events
 - d)3 posts on IPVC social networks per semester related to the EC; No. of news items published in the media.
 - e)10 students
- 2Organisation and quality assurance mechanisms
 - a)Participation rate 50%
 - b)Database creation
- 3Material resources and partnerships
 - a)Acquisition of 5 bibliographical references
 - b)Acquisition of 2 photo/film cameras and other equipment needed to set up the laboratory
 - c)5 new protocols
 - d)1 international internship per year
- 4Teaching and non-teaching staff
 - a)4 new EC teachers trained in digital education and distance learning
- 5Students
 - a)Rate above 50%
 - b)2 activities per academic year
 - c)1 study visit per year
- 6Processes
 - a)Success rate above 75%
 - b)Decrease in the number of students leaving EC compared to the previous year