

1. Caracterização geral do ciclo de estudos

1.1. Instituição de Ensino Superior:

ISLA - Instituto Superior de Gestão e Administração de Santarém

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.):

ISLA - Instituto Superior de Gestão e Administração de Santarém

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

1.3. Designação do ciclo de estudos (EN):

Marketing

1.4. Grau (PT):

Licenciado

1.4. Grau (EN):

Graduate

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

342 – Marketing e Publicidade

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

342 - Marketing and Advertising

1.6.1. Classificação CNAEF – primeira área fundamental

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

1.6.2. Classificação CNAEF – segunda área fundamental, se aplicável

[0345] Gestão e Administração - Ciências Empresariais - Ciências Sociais, Comércio e Direito

1.6.3. Classificação CNAEF – terceira área fundamental, se aplicável

[sem resposta]

1.7. Número de créditos ECTS necessário à obtenção do grau. (PT)

180.0

1.8. Duração do ciclo de estudos.

3 anos

1.8.1. Outra

[sem resposta]

1.9. Número máximo de admissões proposto

40.0

1.10. Condições específicas de ingresso. (PT)

Podem candidatar-se a este ciclo de estudos os estudantes que apresentem candidatura através do concurso institucional de acesso e tenham aprovação nas seguintes provas de ingresso (conforme previsto na Deliberação n.º 1155/2023 da CNAES):

18 Português + 04 Economia

ou

8 Português + 09 Geografia

ou

18 Português + 16 Matemática

ou

18 Português + 11 História

ou

18 Português + 06 Filosofia

ou

18 Português + 13 Inglês

- Nota mínima de admissão ser igual ou superior à nota fixada pela instituição. (CFS: 50%; CEN:50%). Não tem pré-requisitos.

Os candidatos podem ainda ingressar através de:

- Regimes de mudança de par instituição/curso;

- Concurso Especial, de acordo com as normas legais em vigor (titulares de cursos superiores, titulares de cursos CET e TeSP, titulares de cursos de dupla certificação do ensino secundário e Maiores de 23 anos);

- Candidatos que reúnam as condições previstas no Estatuto do Estudante Internacional.

1.10. Condições específicas de ingresso. (EN)

Students who apply through the institutional access competition and pass the following entrance exams (as set out in CNAES Deliberation 1155/2023) may apply to this cycle of studies:

18 Portuguese + 04 Economics

or

18 Portuguese + 09 Geography

or

18 Portuguese + 16 Maths

or

18 Portuguese + 11 History

or

18 Portuguese + 06 Philosophy

or

18 Portuguese + 13 English.

- Minimum admission mark equal to or higher than the mark set by the institution (CFS: 50%; CEN:50%). No prerequisites.

Applicants can also enter via:

- Regimes for changing institution/course pair;

- Special Competition, in accordance with the legal regulations in force (holders of higher education courses, holders of CET and TeSP courses, holders of secondary school dual certification courses and over 23s);

- Applicants who fulfil the conditions laid down in the International Student Statute.

1.11. Modalidade do ensino

Presencial

1.11.1 Regime de funcionamento, se presencial

Outro

1.11.1.a Se outro, especifique. (PT)

Possibilidade de ser diurno ou pós-laboral (ou regime misto) em função da tipologia dos candidatos.

1.11.1.a Se outro, especifique. (EN)

Possibility of being daytime or postwork (or mixed regime) depending on the typology of candidates

1.12. Local onde o ciclo de estudos será ministrado (se aplicável). (PT)

*Rua Teixeira Guedes 31, Santarém 2000-029 e/ou
Largo Cândido dos Reis, Santarém 2000-241*

1.12. Local onde o ciclo de estudos será ministrado (se aplicável). (EN)

*Rua Teixeira Guedes 31, Santarém 2000-029 and/or
Largo Cândido dos Reis, Santarém 2000-241*

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

[*RegulamentoDeCreditação_266_2019.pdf*](#)

1.14. Tipo de atribuição do grau ou diploma

Alínea c)

1.15. Observações. (PT)

Para a definição dos objetivos e competências do ciclo de estudos de licenciatura em Marketing, recorreu-se a:

- 1) Benchmarking junto de instituições nacionais e internacionais.*
- 2) Contributo da equipa docente indicada para o CE que colaborou ativamente com a Comissão de trabalho constituída por docentes especialistas nas áreas fundamentais do CE, especialistas dos ciclos de estudos das mesmas áreas (342 e 345) existentes na IES.*

Como aspetos distintivos, do CE destacamos:

- 1) A articulação no Plano de Estudos entre as áreas científicas fundamentais da gestão e administração e do marketing, complementadas por outras áreas essenciais, para a formação dos futuros profissionais;*
- 2) A orientação dos estudantes para a participação em atividades de investigação através da inclusão no plano de estudos da UC de Métodos de Investigação e das propostas de atividades de pesquisa e investigação ao longo do ciclo de estudos;*
- 3) A especialização em marketing que resulta da articulação do plano de estudos proposto;*
- 4) O desenvolvimento da empregabilidade dos estudantes, através da existência de UC de Projeto Aplicado ou Estágio visando a integração de conhecimentos e competências.*
- 4) A articulação da modalidade de ensino presencial com uma componente de ensino síncrono a distância visando os seguintes objetivos: a) desenvolver as competências digitais dos estudantes proporcionando-lhes a familiarização com ferramentas digitais essenciais par o mercado de trabalho, especialmente em Marketing, onde as plataformas online são frequentemente utilizadas no contexto das respetivas práticas profissionais; b) facilitar o acesso de trabalhadores-estudantes que desempenham a sua profissão longe das instalações da escola, proporcionando deste modo uma verdadeira oportunidade de aprendizagem ao longo da vida; c) incentivar a inovação pedagógica e a otimização do tempo e dos recursos, promovendo a inovação pedagógica e incentivando a utilização de métodos de ensino centrado no estudante, o que pode tornar as aulas mais dinâmicas e interessantes; d) otimizar recursos uma vez que algumas aulas podem ser ministradas de forma mais eficiente em ambiente síncrono a distância, como a revisão teórica ou apresentação de casos, otimizando a experiência presencial para interação mais prática e colaborativa.*

Proporciona-se, assim, uma formação que contempla um vasto conhecimento nas principais áreas da gestão empresarial, e que desenvolve a compreensão dos aspetos teóricos e práticos das funções-chave do marketing, proporcionando as "ferramentas" para especialização dos diplomados e a sua integração no mercado de trabalho e/ou o prosseguimento para 2.º ciclo.

1.15. Observações. (EN)

In order to define the objectives and competences of the Marketing degree programme, the following was used:

- 1) Benchmarking with national and international institutions.*
- 2) The contribution of the teaching team appointed to the Master's programme, which actively collaborated with the working committee made up of teaching staff specialising in the fundamental areas of the Master's programme, specialists from the study cycles in the same areas (342 and 345) existing at the HEI.*

The EC's distinctive features include:

- 1) The articulation in the Study Plan between the fundamental scientific areas of management and administration and marketing, complemented by other essential areas for the training of future professionals;
 - 2) The orientation of students towards participation in research activities through the inclusion in the syllabus of the Research Methods UC and the proposals for research and investigation activities throughout the study cycle;
 - 3) The specialisation in marketing that results from the articulation of the proposed study plan;
 - 4) The development of student employability, through the existence of Applied Project or Internship programmes aimed at integrating knowledge and skills.
 - 4) The articulation of the face-to-face teaching modality with a synchronous distance learning component aimed at the following objectives: a) developing students' digital skills by providing them with familiarisation with digital tools essential for the labour market, especially in Marketing, where online platforms are frequently used in the context of their professional practices; b) facilitating access for student-workers who carry out their profession far from the school premises, thus providing a real opportunity for lifelong learning; c) encourage pedagogical innovation and the optimisation of time and resources by promoting pedagogical innovation and encouraging the use of student-centred teaching methods, which can make classes more dynamic and interesting; d) optimise resources since some classes can be taught more efficiently in a synchronous distance environment, such as theoretical revision or case presentations, optimising the face-to-face experience for more practical and collaborative interaction.
- This provides training that covers a wide range of knowledge in the main areas of business management and develops an understanding of the theoretical and practical aspects of the key functions of marketing, providing the 'tools' for graduates to specialise and integrate into the labour market and/or go on to a 2nd cycle.

2. Formalização do Pedido

Mapa I - Diretor

Órgão ouvido:

Diretor

Cópia de ata (ou extrato de ata) ou deliberação deste órgão assinada e datada:

[Parecer_diretor_Mkt_signed.pdf](#) | PDF | 369.1 Kb

Mapa I - Conselho Técnico-Científico

Órgão ouvido:

Conselho Técnico-Científico

Cópia de ata (ou extrato de ata) ou deliberação deste órgão assinada e datada:

[Extrato de AtaCTC_Mkt_signed.pdf](#) | PDF | 370.8 Kb

Mapa I - Conselho Pedagógico

Órgão ouvido:

Conselho Pedagógico

Cópia de ata (ou extrato de ata) ou deliberação deste órgão assinada e datada:

[Extrato de AtaCP_Mkt_20250221_signed.pdf](#) | PDF | 408.4 Kb

3. Âmbito e objetivos do ciclo de estudos

3.1. Objetivos gerais definidos para o ciclo de estudos (PT)

A Licenciatura (1.º ciclo) em Marketing, visa formar profissionais capazes de exercer a sua atividade com um elevado nível de competência técnica e científica centrando a formação nas competências que se cruzam com os conhecimentos das áreas científicas da gestão e do marketing, através do recurso a ferramentas, técnicas e conhecimentos atualizados que lhes permitam atuar em ambientes de marketing modernos.

Simultaneamente, pretende-se que o CE possa contribuir para o desenvolvimento da região onde a IES proponente se insere e do País, através da formação de técnicos especializados em marketing que contribuam para: (1) a melhoria da competitividade das organizações; (2) o desenvolvimento de relações de trabalho e de confiança baseados no espírito de trabalho em equipa; (3) desenvolver investigação científica de qualidade, de forma a garantir a produção de conhecimento útil; (4) uma prática profissional de marketing pautada por princípios e ética.

3.1. Objetivos gerais definidos para o ciclo de estudos (EN)

The Marketing degree aims to train professionals capable of carrying out their work with a high level of technical and scientific competence, focussing training on skills that intersect with knowledge of the scientific areas of management and marketing, using up-to-date tools, techniques and knowledge that will enable them to work in modern marketing environments.

At the same time, it is intended that the degree will contribute to the development of the region in which the applicant HEI is located and of the country, by training specialised marketing technicians who will contribute to: (1) improving the competitiveness of organisations; (2) developing working relationships and trust based on the spirit of teamwork; (3) developing quality scientific research in order to guarantee the production of useful knowledge; (4) a professional marketing practice guided by principles and ethics.

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

- Adquirir conhecimentos de matemática, estatística e direito.
- Adquirir conhecimentos e competências sobre as áreas da gestão aplicada à economia e contabilidade, gestão de pessoas, gestão financeira, estratégia empresarial, logística e distribuição.
- Adquirir conhecimentos e competências nas áreas chave do marketing, nomeadamente gestão de preços e produtos, estudos de mercado, comportamento do consumidor, marketing aplicado aos serviços, marketing internacional, B2B, digital, comércio eletrónico, gestão de marcas.
- Desenvolver atividades de marketing em contexto nacional e internacional.
- Aplicar técnicas de IA na resolução de problemas de marketing.
- Aplicar conhecimentos, e resolver problemas das áreas científicas do CE.
- Recolher, selecionar, interpretar informação relevante, analisar resultados experimentais e testar hipóteses nas áreas do CE.
- Utilizar tecnologias, métodos e técnicas ligadas ao marketing.
- Trabalhar em equipa e gerir recursos e tempo.

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

- Acquire knowledge of maths, statistics and law.
- Acquire knowledge and skills in the areas of management applied to economics and accounting, people management, financial management, business strategy, logistics and distribution.
- Acquire knowledge and skills in the key areas of marketing, namely price and product management, market research, consumer behaviour, marketing applied to services, international marketing, B2B, digital, e-commerce, brand management.
- Develop marketing activities in a national and international context.
- Apply AI techniques to solve marketing problems.
- Apply knowledge and solve problems in the scientific areas of EC.
- Collect, select and interpret relevant information, analyse experimental results and test hypotheses in the areas of EC.
- Use technologies, methods and techniques related to marketing.
- Work as part of a team and manage resources and time.

3.3. Justificar a adequação do objeto e objetivos do ciclo de estudos à modalidade do ensino e, quando aplicável, à percentagem das componentes não presencial e presencial, bem como a sua articulação. (PT)

A licenciatura (1.º ciclo de estudos) em Marketing tem objetivos que se coadunam com o funcionamento em regime presencial em virtude do mesmo ser propício ao desenvolvimento de competências práticas essenciais para se atingirem os objetivos do CE. A opção por incluir uma componente de ensino síncrono a distância, visa familiarizar os estudantes e futuros especialistas em marketing com os instrumentos de interação cada vez mais utilizados no contexto das respetivas práticas profissionais. As sessões síncronas a distância visam, sobretudo, os níveis taxonómicos associados ao conhecimento e à compreensão, proporcionando o primeiro contacto dos estudantes com os conteúdos, desenvolvendo e fomentando as redes de colaboração. As sessões presenciais destinam-se a aprofundar os conhecimentos adquiridos e o desenvolvimento e aprofundamento das competências dos estudantes, assegurando-se a respetiva articulação de modo a atingir os objetivos de aprendizagem.

3.3. Justificar a adequação do objeto e objetivos do ciclo de estudos à modalidade do ensino e, quando aplicável, à percentagem das componentes não presencial e presencial, bem como a sua articulação. (EN)

The 1st cycle degree in Marketing has objectives that are in line with face-to-face teaching, as it is conducive to the development of practical skills that are essential for achieving the objectives of the degree. The option to include a synchronous distance learning component aims to familiarise students and future marketing specialists with the interaction tools that are increasingly used in the context of their professional practices.

The synchronous distance learning sessions are mainly aimed at the taxonomic levels associated with knowledge and understanding, providing students with their first contact with the content and developing and fostering collaborative networks. The face-to-face sessions are designed to deepen the knowledge acquired and to develop and deepen the students' competences, ensuring that they are articulated in such a way as to achieve the learning objectives.

3.4. Justificar a inserção do ciclo de estudos na estratégia institucional de oferta formativa, face à missão institucional e, designadamente, ao projeto educativo, científico e cultural da instituição. (PT)

O ISLA Santarém é uma instituição dedicada à criação, transmissão, crítica e difusão de cultura, arte, ciência e tecnologia que tem como objetivos o ensino, a investigação, a inovação, e a prestação de serviços nestes vários domínios, numa perspectiva interdisciplinar, em ordem ao desenvolvimento dos países e povos lusófonos e do espaço europeu de ensino superior.

O projeto educativo, científico e cultural do ISLA Santarém - Instituto Politécnico consubstancia-se na promoção do conhecimento científico e tecnológico nas diferentes áreas do saber, nomeadamente: artes e humanidades, ciências sociais e do comportamento, ciências empresariais, ciências, matemática e informática, engenharia e técnicas afins, indústrias transformadoras, saúde e proteção social e serviços.

Para o conseguir o ISLA Santarém, pretende consolidar o seu contributo no incremento das competências a nível nacional, através da criação de valor para todos os stakeholders dos processos de ensino e aprendizagem, partilhando uma visão centrada na:

- *Motivação pela aprendizagem no sentido da procura constante pelo conhecimento e saber;*
- *Busca pelo conhecimento e inovação suportada por processos de investigação;*
- *Manutenção de elevados padrões de qualidade na atividade formativa;*
- *Valorização contínua dos recursos internos da instituição;*
- *Reforço de alianças e parcerias com o meio envolvente.*

A licenciatura (1.º ciclo de estudos) em Marketing pretende dar resposta à rápida evolução do meio, incluindo e conferindo os instrumentos necessários para que os diplomados tenham, ao nível do mercado, habilitações e capacidades adequadas ao desempenho das diferentes funções a que o ciclo de estudos dá acesso.

Neste sentido, com este plano de estudos procura-se dar uma resposta adequada à necessidade de formação de quadros aptos a liderar as contínuas transformações necessárias e urgentes num sector cada vez mais exigente, competitivo, necessitando de abordagens cada vez mais rigorosas e profissionalizantes. Respondendo claramente às necessidades, expectativas e exigências de um mercado que, sendo global, é cada vez mais profissionalizado e especializado.

A licenciatura (1.º ciclo) em Marketing tem objetivos claramente definidos, que se coadunam com o projeto educativo, científico e cultural do ISLA Santarém, apostando em alguns dos eixos estratégicos das organizações e na preparação de quadros especialistas para lidar e adaptar-se à constante mutação dos paradigmas organizacionais.

3.4. Justificar a inserção do ciclo de estudos na estratégia institucional de oferta formativa, face à missão institucional e, designadamente, ao projeto educativo, científico e cultural da instituição. (EN)

ISLA Santarém is an institution dedicated to the creation, transmission, criticism and dissemination of culture, art, science and technology, whose objectives are teaching, research, innovation and the provision of services in these various fields, from an interdisciplinary perspective, with a view to the development of Portuguese-speaking countries and peoples and the European higher education area.

ISLA Santarém - Polytechnic Institute's educational, scientific and cultural project is based on the promotion of scientific and technological knowledge in the different areas of knowledge, namely: arts and humanities, social and behavioural sciences, business sciences, sciences, mathematics and computer science, engineering and related techniques, manufacturing industries, health and social protection and services.

To achieve this, ISLA Santarém aims to consolidate its contribution to increasing skills at national level by creating value for all stakeholders in the teaching and learning processes, sharing a vision centred on:

- *Motivation for learning in the sense of the constant search for knowledge and expertise;*
- *The search for knowledge and innovation supported by research processes;*
- *Maintaining high standards of quality in training activities;*
- *Continuous valorisation of the institution's internal resources;*
- *Strengthening alliances and partnerships with the surrounding environment.*

The degree in Marketing aims to respond to the rapid evolution of the environment, including and providing the necessary tools for graduates to have, at market level, the appropriate qualifications and capacities to perform the different functions to which the cycle of studies gives access.

In this sense, the aim of this study plan is to provide an adequate response to the need to train staff who are able to lead the continuous changes that are urgently needed in an increasingly demanding and competitive sector, which requires increasingly rigorous and professionalising approaches. It clearly responds to the needs, expectations and demands of a market that, while global, is increasingly professionalised and specialised.

The Marketing degree has clearly defined objectives, which are in line with ISLA Santarém's educational, scientific and cultural project, focusing on some of the strategic axes of organisations and on preparing specialist staff to deal with and adapt to the constant mutation of organisational paradigms.

4. Desenvolvimento curricular**4.1. Estrutura Curricular**

Mapa II - Percurso 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):
Percurso 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 Route

4.1.2. Áreas científicas e créditos necessários à obtenção do grau

Área Científica	Sigla	ECTS	ECTS Mínimos
Audio-visuais e produção dos média	AUV	5.0	0.0
Ciências Informáticas	INF	11.0	0.0
Ciências Sociais e do Comportamento	CSC	5.0	0.0
Direito	DIR	5.0	0.0
Gestão e Administração	GAD	51.0	4.0
Línguas e Literaturas Estrangeiras	LLE	5.0	0.0
Marketing e Publicidade	MKT	71.0	12.0
Matemática e Estatística	MAT	11.0	0.0
Total: 8		Total: 164.0	Total: 16.0

4.1.3. Observações (PT)
[sem resposta]

4.1.3. Observações (EN)
[sem resposta]

4.2. Unidades Curriculares

Mapa III - Comércio Eletrónico

4.2.1. Designação da unidade curricular (PT):
Comércio Eletrónico

4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):
Electronic Commerce

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

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

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):***125.0***4.2.5. Horas de contacto:***Presencial (P) - T-0.0; TP-18.0; PL-15.0; OT-1.0**Síncrona a distância (SD) - T-0.0; TP-9.0; OT-2.0***4.2.6. % Horas de contacto a distância:***24.44%***4.2.7. Créditos ECTS:***5.0***4.2.8. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular:**

- Ana Filipa Vieira Lopes Joaquim - 14.0h

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

- Nelson Miguel Martins Duarte - 31.0h

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (PT):*Esta unidade curricular tem os seguintes objetivos de aprendizagem:**O1. Apresentar a evolução histórica do comércio eletrónico.**O2. Conhecer o contexto atual do comércio eletrónico.**O3. Apresentar os modelos e estratégias de comércio eletrónico.**O4. Apresentar as infraestruturas para comércio eletrónico.**O5. Dotar os estudantes de conhecimentos que lhes permitam desenvolver um plano de negócio para o comércio eletrónico.**O6. Demonstrar competências para o desenvolvimento de uma estratégia de comércio eletrónico.**O7. Elaborar um plano de negócio para a implementação do comércio eletrónico.**O8. Desenvolver web sites e lojas para comércio eletrónico.***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 has the following learning objectives:**O1. Present the historical evolution of e-commerce.**O2. To understand the current context of e-commerce.**O3. Present e-commerce models and strategies.**O4. Present e-commerce infrastructures.**O5. Provide students with the knowledge to develop a business plan for e-commerce.**O6. Demonstrate competences for developing an e-commerce strategy.**O7. Draw up a business plan for implementing e-commerce.**O8. Develop web sites and shops for e-commerce.***4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):***1. Introdução ao comércio eletrónico.**2. Mercados eletrónicos e fundamentos do comércio eletrónico.**3. Modelos e estratégia de negócio eletrónico.**4. Infraestrutura do comércio eletrónico.**5. Redes sociais e comércio eletrónico.**6. Desenvolvimento de presença online: Processo de desenvolvimento de web sites para comércio eletrónico. Desenvolvimento de loja online. Estratégias de shipping e fulfillment. Plataformas e métodos de pagamento.**7. Métricas de comércio eletrónico e web analytics.**8. Plano de negócio para comércio eletrónico.*

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):

1. introduction to e-commerce.
2. Electronic markets and e-commerce fundamentals.
3. E-business models and strategy.
4. E-commerce infrastructure.
5. Social networks and e-commerce.
6. Developing an online presence: Website development process for e-commerce. Online shop development. Shipping and fulfilment strategies. Payment platforms and methods.
7. E-commerce metrics and web analytics.
8. Business plan for e-commerce.

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

Os conteúdos programáticos estão em estreita ligação com os objetivos conforme se mostra na correspondência.

1. Introdução ao comércio eletrónico. [O1]
2. Mercados eletrónicos e fundamentos do comércio eletrónico. [O2]
3. Modelos e estratégia de negócio eletrónico. [O3, O6]
4. Infraestrutura do comércio eletrónico. [O4, O7]
5. Redes sociais e comércio eletrónico. [O4, O5, O6, O7, O8]
6. Desenvolvimento de presença online: Processo de desenvolvimento de web sites para comércio eletrónico. Desenvolvimento de loja online. Estratégias de shipping e fulfilment. Plataformas e métodos de pagamento. [O5, O6, O7, O8]
7. Métricas de comércio eletrónico e web analytics. [O5, O6, O7, O8]
8. Plano de negócio para comércio eletrónico. [O5, O6, O7, O8]

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

The programme contents are closely linked to the objectives as shown in the correspondence.

1. introduction to e-commerce. [O1]
2. Electronic markets and the fundamentals of e-commerce. [O2]
3. E-business models and strategy. [O3, O6]
4. E-commerce infrastructure. [O4, O7]
5. Social networks and e-commerce. [O4, O5, O6, O7, O8]
6. Developing an online presence: The process of developing web sites for e-commerce. Online shop development. Shipping and fulfilment strategies. Payment platforms and methods. [O5, O6, O7, O8]
7. E-commerce metrics and web analytics. [O5, O6, O7, O8]
8. Business plan for e-commerce. [O5, O6, O7, O8]

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

A metodologia articula-se entre as atividades a desenvolver em cada um dos momentos (síncrono a distância, presencial e autónomo pelos estudantes). As sessões síncronas a distância visam, sobretudo, os níveis taxonómicos associados ao conhecimento e à compreensão, proporcionando o primeiro contacto dos estudantes com os conteúdos. Nas sessões presenciais são aprofundados os conhecimentos adquiridos através da aplicação prática atingindo-se assim os níveis taxonómicos de aplicação, análise, síntese. Esta estratégia articulada permite atingir os objetivos de aprendizagem.

Síncrono a distância:

M1. Métodos expositivo e interrogativo: apresentação e exploração dos conteúdos com participação em wikis criados na plataforma de LMS Moodle.

Presencial:

M2. Aplicação prática através de exercícios orientados para a consolidação dos conhecimentos.

M3. Prática baseada na metodologia Aprendizagem Baseada em Resolução de Problemas (ABRP) visando encontrar solução para problemas identificados pelos estudantes ou propostos pelo docente, nomeadamente criação de planos de negócios e/ou para a criação de presença online (website e loja) utilizando-se para este efeito as tecnologias open source (Wordpress ou Joomla).

Autónomo:

M4. Pesquisa orientada proposta pelo docente visando consolidar as temáticas em estudo e fornecendo inputs para o trabalho prático desenvolvido pelos estudantes.

O docente dá feedback sobre o desenvolvimento do problema abordado na prática laboratorial (Orientação tutorial – OT), presencialmente em contexto de sala de aula, ou através da plataforma de apoio ao ensino/aprendizagem Moodle.

Complementarmente, os estudantes podem interagir com o tutor virtual Philix.ai integrado na plataforma LMS Moodle.

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

The methodology is articulated between the activities to be carried out at each stage (synchronous distance learning, face-to-face and autonomous learning by the students). The synchronous distance sessions are mainly aimed at the taxonomic levels associated with knowledge and understanding, providing students with their first contact with the content. The face-to-face sessions deepen the knowledge acquired through practical application, thus reaching the taxonomic levels of application, analysis and synthesis. This articulated strategy makes it possible to achieve the learning objectives.

Synchronous distance learning:

M1. Expository and interrogative methods: presentation and exploration of content with participation in wikis created on the LMS Moodle platform.

Face-to-face:

M2. Practical application through exercises aimed at consolidating knowledge.

M3. Practical application based on the Problem-Based Learning methodology (PBL) aimed at finding solutions to problems identified by the students or proposed by the lecturer, namely the creation of business plans and/or the creation of an online presence (website and shop) using open source technologies (Wordpress or Joomla).

Autonomous:

M4. Guided research proposed by the teacher, aimed at consolidating the themes under study and providing input for the practical work carried out by the students.

The teacher gives feedback on the development of the problem addressed in the laboratory practice (Tutorial Orientation - OT), in person in the classroom or via the Moodle teaching/learning support platform.

In addition, students can interact with the virtual tutor Philix.ai integrated into the LMS Moodle platform.

4.2.14. Avaliação (PT):

Avaliação Curricular (contínua):

A1. Teste teórico/prático intermédio (individual).

A2. Trabalho prático (grupo). Trabalho de aplicação com relatório escrito. Este trabalho é apresentado e discutido em aula.

A3. Teste teórico/prático (individual). Exercício de aplicação e componente escrita.

A classificação final é calculada através da fórmula Classificação Final = $A1 \cdot 0,3 + A2 \cdot 0,4 + A3 \cdot 0,3$.

O estudante é aprovado se obtiver classificação igual ou superior a 9,5 valores.

A classificação mínima na avaliação curricular (continua) é a seguinte:

- Teste teórico/prático intermédio (individual): 6 valores

- Trabalho prático (grupo): 10 valores

- Teste teórico/prático – no final do semestre (individual): 8 valores.

A avaliação dos trabalhos práticos em grupo, inclui a avaliação individual dos estudantes que terá uma ponderação de 40% na classificação do estudante nessa componente.

Avaliação Final ou em Época de Recurso ou Época Especial (A):

Hipótese 1:

A2. Trabalho prático (grupo). O estudante participou no trabalho de grupo e obteve classificação positiva na componente individual: mantém a nota que será considerada nestas épocas de avaliação.

A1. Teste teórico/prático (individual). O estudante realiza este Teste com componente de aplicação e componente escrita em qualquer das épocas em que se submeta a avaliação.

A classificação final é calculada através da seguinte fórmula: $A1 \cdot 0,6 + A2 \cdot 0,4$.

Hipótese 2:

O estudante não participou no trabalho de grupo ou participando obteve classificação negativa na componente de avaliação individual.

Avaliação Final, Avaliação em Época de Recurso/Especial (A): O estudante realiza o exame teórico-prático com componente de aplicação (50%) e componente escrita (50%) ($A=100\%$) e é aprovado se obtiver uma classificação igual ou superior a 9,5 valores em 20.

4.2.14. Avaliação (EN):

Curricular assessment (continuous):

A1. Intermediate theoretical/practical test (individual).

A2. Practical work (group). Application work with written report. This work is presented and discussed in class.

A3. Theoretical/practical test (individual). Application exercise and written component.

The final grade is calculated using the formula $\text{Final Grade} = A1 \times 0.3 + A2 \times 0.4 + A3 \times 0.3$.

Students pass if they obtain a mark of 9.5 or more.

The minimum classification in the curricular assessment (continuous) is as follows:

- Intermediate theoretical/practical test (individual): 6 marks

- Practical work (group): 10 marks

- Theoretical/practical test - at the end of the semester (individual): 8 marks.

The assessment of group practical work includes the individual assessment of students, which will have a weighting of 40 per cent in the student's classification in this component.

Final assessment or in the Appeal Period or Special Period (A):

Hypothesis 1:

A2. Practical work (group). The student took part in the group work and obtained a positive mark in the individual component: he/she keeps the mark that will be taken into account in these assessment periods.

A1. Theoretical/practical test (individual). The student takes this test with an application component and a written component in any of the assessment periods.

The final mark is calculated using the following formula: $A1 \times 0.6 + A2 \times 0.4$.

Hypothesis 2:

The student did not take part in the group work or, if they did, obtained a negative mark in the individual assessment component.

Final Assessment, Assessment in Appeal/Special Season (A): The student takes the theoretical-practical exam with an application component (50%) and a written component (50%) ($A=100\%$) and is approved if they obtain a mark equal to or greater than 9.5 out of 20.

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

A coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da Unidade curricular é demonstrada através das seguintes relações:

O1. Apresentar a evolução histórica do comércio eletrónico. [M1] – [A1] ou [A]

O2. Conhecer o contexto atual do comércio eletrónico. [M1] – [A1] ou [A]

O3. Apresentar os modelos e estratégias de comércio eletrónico. [M1] – [A1] ou [A]

O4. Apresentar as infraestruturas para comércio eletrónico. [M1, M2] – [A1] ou [A]

O5. Dotar os estudantes de conhecimentos que lhes permitam desenvolver um plano de negócio para o comércio eletrónico. [M1, M2, M3, M4] – [A1, A2, A3] ou [A]

O6. Demonstrar competências para o desenvolvimento de uma estratégia de comércio eletrónico. [M1, M2, M3, M4] – [A1, A2, A3] ou [A]

O7. Elaborar um plano de negócio para a implementação do comércio eletrónico. [M1, M2, M3, M4] – [A1, A2, A3] ou [A]

O8. Desenvolver web sites e lojas para comércio eletrónico. [M1, M2, M3, M4] – [A1, A2, A3] ou [A]

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

The consistency of the teaching and assessment methodologies with the learning objectives of the curricular unit is demonstrated by the following relationships:

O1. Present the historical evolution of e-commerce. [M1] - [A1] or [A]

O2. Know the current context of e-commerce. [M1] - [A1] or [A]

O3. Present e-commerce models and strategies. [M1] - [A1] or [A]

O4. Present e-commerce infrastructures. [M1, M2] - [A1] or [A]

O5. Provide students with the knowledge to develop a business plan for e-commerce. [M1, M2, M3, M4] - [A1, A2, A3] or [A]

O6. Demonstrate competences for developing an e-commerce strategy. [M1, M2, M3, M4] - [A1, A2, A3] or [A]

O7. Draw up a business plan for implementing e-commerce. [M1, M2, M3, M4] - [A1, A2, A3] or [A]

O8. Develop web sites and shops for e-commerce. [M1, M2, M3, M4] - [A1, A2, A3] or [A]

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

Caetano, L. F. (2022). *Comércio Eletrónico. Edições Esgotadas*.
Lister, T. (2024). *WordPress Styling with Blocks, Patterns, Templates, and Themes: Explore WordPress styling with step-by-step guidance, practical examples, and tips*. Packt Publishing.
Maia, Vera (2022). *E-Commerce para Gestores, Lançar e gerir uma loja online*. Editora D'Ideias.
Marzo, L. (2023). *Joomla! 4 Masterclass: A practitioner's guide to building rich and modern websites using the brand-new features of Joomla 4*. Packt Publishing.
Wu, Michael (2024). *Advanced Digital Marketing Strategies for Ecommerce: 9 Mini Master Classes to Drive Sales, Build Loyalty, and Achieve Rapid Growth (social media, SEO, Facebook Ads, CRO, Email Marketing, and more)*. Lighthouse Media & Publications Inc.

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

Caetano, L. F. (2022). *Comércio Eletrónico. Edições Esgotadas*.
Lister, T. (2024). *WordPress Styling with Blocks, Patterns, Templates, and Themes: Explore WordPress styling with step-by-step guidance, practical examples, and tips*. Packt Publishing.
Maia, Vera (2022). *E-Commerce para Gestores, Lançar e gerir uma loja online*. Editora D'Ideias.
Marzo, L. (2023). *Joomla! 4 Masterclass: A practitioner's guide to building rich and modern websites using the brand-new features of Joomla 4*. Packt Publishing.
Wu, Michael (2024). *Advanced Digital Marketing Strategies for Ecommerce: 9 Mini Master Classes to Drive Sales, Build Loyalty, and Achieve Rapid Growth (social media, SEO, Facebook Ads, CRO, Email Marketing, and more)*. Lighthouse Media & Publications Inc.

4.2.17. Observações (PT):

Recursos específicos:
- Moodle: <https://moodle.ensinulusofona.pt/>
- Plataforma Teams.
- Internet, Biblioteca, bases de dados científicas.
- Laboratórios informáticos com ligação à internet e vídeo projetor.
- Plataformas Wordpress e Joomla.

4.2.17. Observações (EN):

Specific resources:
- Moodle: <https://moodle.ensinulusofona.pt/>
- Teams platform.
- Internet, Library, scientific databases.
- Computer labs with internet connection and video projector.
- Wordpress and Joomla platforms.

Mapa III - Comportamento do Consumidor**4.2.1. Designação da unidade curricular (PT):**

Comportamento do Consumidor

4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):

Consumer Behaviour

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

MKT

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

MKT

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):

100.0

4.2.5. Horas de contacto:

Presencial (P) - TP-21.0; OT-1.0

Síncrona a distância (SD) - TP-7.0; OT-1.0

4.2.6. % Horas de contacto a distância:

26.67%

4.2.7. Créditos ECTS:

4.0

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

• Vasco Ribeiro Santos - 30.0h

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):*Esta unidade curricular tem os seguintes objetivos de aprendizagem:**O1. Apresentar os fundamentos e as ferramentas para um maior conhecimento dos princípios do comportamento do consumidor.**O2. Analisar criticamente os vários modelos explicativos do comportamento do consumidor.**O3. Identificar e analisar as várias fases do processo de tomada de decisão do mercado consumidor.**O4. Identificar e explicar os fatores (internos e externos) que interferem no processo de tomada de decisão do consumidor.**O5. Enquadrar o comportamento do consumidor e o mercado.**O6. Discutir as novas tendências e a influência das tecnologias no comportamento do consumidor.**O7. Discutir e criticar casos reais de comportamento do consumidor.**O8. Propor ações de marketing que incorporem o conhecimento do comportamento do consumidor.***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 has the following learning objectives:**O1. To present the foundations and tools for a greater understanding of the principles of consumer behaviour.**O2. Critically analyse the various explanatory models of consumer behaviour.**O3. Identify and analyse the various stages of the consumer market decision-making process.**O4. Identify and explain the factors (internal and external) that interfere in the consumer decision-making process.**O5. Frame consumer behaviour and the market.**O6. Discuss new trends and the influence of technology on consumer behaviour.**O7. Discuss and critique real cases of consumer behaviour.**O8. Propose marketing actions that incorporate knowledge of consumer behaviour.***4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):***1. Introdução ao comportamento do consumidor: origens e aplicações. Modelos explicativos do comportamento do consumidor.**2. Processo de decisão do consumidor: a decisão de compra.**3. Fatores internos explicativos do comportamento do consumidor: Necessidade e motivações. Perceção e atitudes. Aprendizagem e memória. Personalidade.**4. Fatores externos (influências sociais) explicativos do comportamento do consumidor: Família. Grupos Sociais e Líderes de Opinião. Cultura. Classes Sociais. Estilo de Vida e Moda. Redes Sociais e Outros Meios de Comunicação.**5. Comportamento do consumidor e o mercado: O papel das marcas. Experiência de consumo e storytelling no marketing.**6. Novas Tendências e Tecnologias no Comportamento do Consumidor: Redes sociais e o marketing digital. E-commerce e comportamento online. Sustentabilidade e consumo consciente.*

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):

1. Introduction to consumer behaviour: origins and applications. Explanatory models of consumer behaviour.
2. The consumer decision-making process: the purchasing decision.
3. Internal factors explaining consumer behaviour: Needs and motivations. Perception and attitudes. Learning and memory. Personality.
4. External factors (social influences) explaining consumer behaviour: Family. Social groups and opinion leaders. Culture. Social classes. Lifestyle and Fashion. Social Networks and Other Media.
5. Consumer behaviour and the market: The role of brands. Consumer experience and storytelling in marketing.
6. New Trends and Technologies in Consumer Behaviour: Social networks and digital marketing. E-commerce and online behaviour. Sustainability and conscious consumption.

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

Os conteúdos programáticos estão em estreita ligação com os objetivos conforme se mostra na correspondência.

1. Introdução ao comportamento do consumidor: origens e aplicações. Modelos explicativos do comportamento do consumidor. [O1, O2, O7]
2. Processo de decisão do consumidor: a decisão de compra. [O3, O7, O8]
3. Fatores internos explicativos do comportamento do consumidor: Necessidade e motivações. Perceção e atitudes. Aprendizagem e memória. Personalidade. [O4, O7, O8]
4. Fatores externos (influências sociais) explicativos do comportamento do consumidor: Família. Grupos Sociais e Líderes de Opinião. Cultura. Classes Sociais. Estilo de Vida e Moda. Redes Sociais e Outros Meios de Comunicação. [O4, O7, O8]
5. Comportamento do consumidor e o mercado: O papel das marcas. Experiência de consumo e storytelling no marketing. [O5, O7, O8]
6. Novas Tendências e Tecnologias no Comportamento do Consumidor: Redes sociais e o marketing digital. E-commerce e (...) [O6, O7, O8]

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

The syllabus is closely linked to the objectives as shown in the correspondence.

1. Introduction to consumer behaviour: origins and applications. Explanatory models of consumer behaviour. [O1, O2, O7]
2. The consumer decision-making process: the purchasing decision. [O3, O7, O8]
3. Internal factors explaining consumer behaviour: Needs and motivations. Perception and attitudes. Learning and memory. Personality. [O4, O7, O8]
4. External factors (social influences) explaining consumer behaviour: Family. Social groups and opinion leaders. Culture. Social classes. Lifestyle and Fashion. Social Networks and Other Media. [O4, O7, O8]
5. Consumer behaviour and the market: The role of brands. Consumer experience and storytelling in marketing. [O5, O7, O8]
6. New Trends and Technologies in Consumer Behaviour: Social networks and digital marketing. E-commerce and online behaviour. Sustainability and conscious consumption. [O6, O7, O8]

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

A metodologia articula-se entre as atividades a desenvolver em cada um dos momentos (síncrono a distância, presencial e autónomo pelos estudantes). As sessões síncronas a distância visam, sobretudo, os níveis taxonómicos associados ao conhecimento e à compreensão, proporcionando o primeiro contacto dos estudantes com os conteúdos. Nas sessões presenciais são aprofundados os conhecimentos adquiridos e desenvolvem-se e aprofundam-se as competências dos estudantes (níveis taxonómicos de aplicação, análise), assegurando-se a respetiva articulação de modo a atingir os objetivos de aprendizagem.

Síncrono a distância:

M1. Métodos expositivo e interrogativo: apresentação e exploração dos conteúdos.

Presencial:

M2. Prática baseada na metodologia de Caso de estudo visando analisar/discutir situações reais identificados pelos estudantes ou propostos pelo docente.

Autónomo:

M3. Pesquisa orientada proposta pelo docente visando consolidar as temáticas em estudo e fornecendo inputs para o trabalho prático desenvolvido pelos estudantes.

O docente dá feedback sobre o desenvolvimento dos casos de estudo abordados na prática (Orientação tutorial – OT), presencialmente em contexto de sala de aula, ou através da plataforma de apoio ao ensino/aprendizagem Moodle.

Complementarmente, os estudantes podem interagir com o tutor virtual Philix.ai integrado na plataforma LMS Moodle.

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

The methodology is articulated between the activities to be carried out at each stage (synchronous distance learning, face-to-face and autonomous learning by the students). The synchronous distance sessions are mainly aimed at the taxonomic levels associated with knowledge and understanding, providing students with their first contact with the content. The face-to-face sessions deepen the knowledge acquired and develop and deepen the students' skills (taxonomic levels of application, analysis), ensuring the respective articulation in order to achieve the learning objectives.

Synchronous distance learning:

M1. Expository and interrogative methods: presentation and exploration of content.

Face-to-face:

M2. Practice based on the Case Study methodology aimed at analysing/discussing real situations identified by the students or proposed by the lecturer.

Autonomous:

M3. Guided research proposed by the lecturer aimed at consolidating the themes under study and providing input for the practical work carried out by the students.

The teacher gives feedback on the development of the case studies covered in practice (Tutorial Orientation - OT), in person in the classroom or via the Moodle teaching/learning support platform.

In addition, students can interact with the Philix.ai virtual tutor integrated into the Moodle LMS platform.

4.2.14. Avaliação (PT):

Avaliação Curricular (contínua):

A1. Trabalho prático (grupo). Consiste num documento escrito submetido na plataforma LMS Moodle e apresentado e discutido em aula.

A2. Teste teórico/prático (individual). Teste escrito.

A classificação final é calculada através da fórmula Classificação Final = $A1 \cdot 0,5 + A2 \cdot 0,5$.

O estudante é aprovado se obtiver classificação igual ou superior a 9,5 valores.

A classificação mínima na avaliação curricular (contínua) é a seguinte:

- Trabalho prático (grupo): 10 valores

- Teste teórico/prático – no final do semestre (individual): 8 valores.

A avaliação dos trabalhos práticos em grupo, inclui a avaliação individual dos estudantes que terá uma ponderação de 40% na classificação do estudante nessa componente.

Avaliação Final ou em Época de Recurso ou Época Especial (A):

Hipótese 1:

A1. Trabalho prático (grupo). O estudante participou no trabalho de grupo e obteve classificação positiva na componente individual: mantém a nota que será considerada nestas épocas de avaliação.

A2. Teste teórico/prático (individual). O estudante realiza este Teste escrito em qualquer das épocas em que se submeta a avaliação.

A classificação final é calculada através da fórmula utilizada na avaliação curricular (contínua).

Hipótese 2:

O estudante não participou no trabalho de grupo ou participando obteve classificação negativa na componente de avaliação individual.

Avaliação Final, Avaliação em Época de Recurso/Especial (A): O estudante realiza o exame teórico-prático escrito ($A=100\%$) e é aprovado se obtiver uma classificação igual ou superior a 9,5 valores em 20.

4.2.14. Avaliação (EN):

Curricular assessment (continuous):

A1. Practical work (group). Consists of a written document submitted on the LMS Moodle platform and presented and discussed in class.

A2. Theoretical/practical test (individual). Written test.

The final grade is calculated using the formula $\text{Final Grade} = A1 \times 0.5 + A2 \times 0.5$.

The student is approved if they obtain a mark of 9.5 or more.

The minimum mark in the curricular assessment (continuous) is as follows:

- Practical work (group): 10 marks

- Theoretical/practical test - at the end of the semester (individual): 8 marks.

The assessment of group practical work includes individual student assessment, which will have a weighting of 40 per cent in the student's classification in this component.

Final assessment or in the Appeal Period or Special Period (A):

Hypothesis 1:

A1. Practical work (group). The student took part in the group work and obtained a positive mark in the individual component: he/she keeps the mark that will be taken into account in these assessment periods.

A2. Theoretical/practical test (individual). The student takes this written test in any of the assessment periods.

The final mark is calculated using the formula used in the curricular assessment (continuous).

Hypothesis 2:

The student did not take part in the group work or, if they did, obtained a negative mark in the individual assessment component.

Final Assessment, Assessment in Appeal/Special Season (A): The student takes the written theoretical-practical exam (A=100%) and is approved if they obtain a mark equal to or greater than 9.5 out of 20.

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

A coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da Unidade curricular é demonstrada através das seguintes relações:

O1. Apresentar os fundamentos e as ferramentas para um maior conhecimento dos princípios do comportamento do consumidor. [M1] – [A2] ou [A]

O2. Analisar criticamente os vários modelos explicativos do comportamento do consumidor. [M1, M2, M3] – [A2] ou [A]

O3. Identificar e analisar as várias fases do processo de tomada de decisão do mercado consumidor. [M1, M2, M3] – [A2] ou [A]

O4. Identificar e explicar os fatores (internos e externos) que interferem no processo de tomada de decisão do consumidor. [M1, M2, M3] – [A2] ou [A]

O5. Enquadrar o comportamento do consumidor no Neuro marketing. [M1, M2, M3] – [A2] ou [A]

O6. Analisar o comportamento do consumidor ecológico. [M1, M2, M3] – [A2] ou [A]

O7. Analisar o comportamento de consumo das diversas gerações. [M1, M2, M3] – [A2] ou [A]

O8. Discutir e criticar casos reais de comportamento do consumidor. [M1, M2, M3] – [A1, A2] ou [A]

O9. Propor ações de marketing que incorporem o conhecimento do comportamento do consumidor. [M1, M2, M3] – [A1, A2] ou [A]

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

The consistency of the teaching and assessment methodologies with the learning objectives of the curricular unit is demonstrated by the following relationships:

O1. Present the foundations and tools for a greater understanding of the principles of consumer behaviour. [M1] - [A2] or [A]

O2. Critically analyse the various explanatory models of consumer behaviour. [M1, M2, M3] - [A2] or [A]

O3. Identify and analyse the various stages of the consumer market decision-making process. [M1, M2, M3] - [A2] or [A]

O4. Identify and explain the factors (internal and external) that interfere in the consumer decision-making process. [M1, M2, M3] - [A2] or [A]

O5. Framing consumer behaviour in Neuromarketing. [M1, M2, M3] - [A2] or [A]

O6. Analyse ecological consumer behaviour. [M1, M2, M3] - [A2] or [A]

O7. Analyse the consumption behaviour of different generations. [M1, M2, M3] - [A2] or [A]

O8. Discuss and criticise real cases of consumer behaviour. [M1, M2, M3] - [A1, A2] or [A]

O9. Propose marketing actions that incorporate knowledge of consumer behaviour. [M1, M2, M3] - [A1, A2] or [A]

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

Chan, Eugene Y. (2024). *Consumer Behaviour in Practice, Strategic Insights for the Modern Marketer*. Palgrave Macmillan Cham.

Hoffmann, S. & Akbar, P. (2023). *Consumer Behavior, Understanding Consumers– Designing Marketing Activities*. Springer

Ruvio, A. & Iacobucci, D. (2023). *Consumer Behaviour, 1st Edition*. Wiley.

Stephens, Debra (2023). *Essentials of Consumer Behaviour an Applied Approach*. Routledge.

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

Chan, Eugene Y. (2024). *Consumer Behaviour in Practice, Strategic Insights for the Modern Marketer*. Palgrave Macmillan Cham.
Hoffmann, S. & Akbar, P. (2023). *Consumer Behavior, Understanding Consumers– Designing Marketing Activities*. Springer
Ruvio, A. & Iacobucci, D. (2023). *Consumer Behaviour, 1st Edition*. Wiley.
Stephens, Debra (2023). *Essentials of Consumer Behaviour an Applied Approach*. Routledge.

4.2.17. Observações (PT):

Recursos específicos:

- Moodle: <https://moodle.ensinulusofona.pt/>
- Plataforma Teams.
- Internet, Biblioteca, bases de dados científicas.

4.2.17. Observações (EN):

Specific resources:

- Moodle: <https://moodle.ensinulusofona.pt/>
- Teams platform.
- Internet, Library, scientific databases.

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

Comunicação de Marketing

4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):

Marketing Communication

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

MKT

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

MKT

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):

125.0

4.2.5. Horas de contacto:

Presencial (P) - TP-21.0; PL-12.0; OT-1.0
Síncrona a distância (SD) - TP-9.0; OT-2.0

4.2.6. % Horas de contacto a distância:

24.44%

4.2.7. Créditos ECTS:

5.0

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

- *Jorge Manuel Gouveia 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):

Esta unidade curricular tem os seguintes objetivos de aprendizagem:

- O1. Compreender os fundamentos e evolução da comunicação de marketing.
- O2. Explicar a importância da comunicação integrada de marketing.
- O3. Utilizar ferramentas e plataformas digitais para desenvolver estratégias eficazes de marketing digital e new media.
- O4. Comparar as diferenças entre estratégias omnichannel e multichannel, avaliando seus impactos na experiência do consumidor.
- O5. Avaliar o impacto da automação de marketing, do marketing de influência e das redes sociais na construção de marcas e engajamento do público.
- O6. Desenvolver um plano para uma campanha de comunicação integrada, considerando orçamento, calendarização e métricas de avaliação.
- O7. Implementar estratégias de marketing one-to-one e interpessoal para personalizar a experiência do consumidor.
- O8. Projetar soluções inovadoras para comunicação de marketing utilizando inteligência artificial, RA, RV e ambientes emergentes como o metaverso

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 has the following learning objectives:

- O1. Understand the foundations and evolution of marketing communication.
- O2. Explain the importance of integrated marketing communication.
- O3. Use digital tools and platforms to develop effective digital marketing and new media strategies.
- O4. Compare the differences between omnichannel and multichannel strategies, assessing their impact on the consumer experience.
- O5. Evaluate the impact of marketing automation, influencer marketing and social media on brand building and audience engagement.
- O6. Develop a plan for an integrated communication campaign, taking into account budget, timing and evaluation metrics.
- O7. Implement one-to-one and interpersonal marketing strategies to personalise the consumer experience.
- O8. Design innovative solutions for marketing communication using artificial intelligence, AR, VR and emerging environments such as the metaverse.

4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):

1. Fundamentos da Comunicação de Marketing: Definição de comunicação de marketing e seu papel no contexto empresarial. Evolução da comunicação de marketing: do tradicional ao digital.
2. Estratégia integrada de comunicação: Agentes, alvos e objetivos da comunicação. A mensagem. Mix da comunicação. Avaliação. Orçamento e calendarização.
3. Canais de comunicação, Marketing digital e new media: Plataformas digitais como ferramentas de marketing. Redes sociais: estratégias e métricas. Influenciadores digitais e marketing de conteúdo. Automação de marketing. O marketing viral.
4. Marketing interpessoal, Marketing one-to-one, Omnichannel e Multichannel.
5. Tendências e Inovações no Marketing: Uso de dados e inteligência artificial no marketing. RA e RV na comunicação. Marketing em metaverso e outros ambientes emergentes.
6. Campanha de Comunicação Integrada: Planeamento e execução de uma campanha integrada. Resultados e feedbacks.

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):

1. Fundamentals of Marketing Communication: Definition of marketing communication and its role in the business context. Evolution of marketing communication: from traditional to digital.
2. Integrated communication strategy: Agents, targets and objectives of communication. The message. Communication mix. Evaluation. Budget and timetable.
3. Communication channels, digital marketing and new media: Digital platforms as marketing tools. Social networks: strategies and metrics. Digital influencers and content marketing. Marketing automation. Viral marketing.
4. Interpersonal marketing, one-to-one marketing, Omnichannel and Multichannel.
5. Trends and Innovations in Marketing: Use of data and artificial intelligence in marketing. AR and VR in communication. Metaverse marketing and other emerging environments.
6. Integrated Communication Campaign: Planning and executing an integrated campaign. Results and feedback.

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

Os conteúdos programáticos estão em estreita ligação com os objetivos conforme se mostra na correspondência.

1. *Fundamentos da Comunicação de Marketing: Definição de comunicação de marketing e seu papel no contexto empresarial. Evolução da comunicação de marketing: do tradicional ao digital. [O1]*
2. *Estratégia integrada de comunicação: Agentes, alvos e objetivos da comunicação. A mensagem. Mix da comunicação. Avaliação. Orçamento e calendarização. [O2]*
3. *Canais de comunicação, Marketing digital e new media: Plataformas digitais como ferramentas de marketing. Redes sociais: estratégias e métricas. Influenciadores digitais e marketing de conteúdo. Automação de marketing. O marketing viral. [O3, O5]*
4. *Marketing interpessoal, Marketing one-to-one, Ommnichannel e Multichannel. [O4, O7]*
5. *Tendências e Inovações no Marketing: Uso de dados e inteligência artificial no marketing. (...) [O8]*
6. *Campanha de Comunicação Integrada (...) [O1, O2, O3, O4, O5, O6, O7, O8]*

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

The programme contents are closely linked to the objectives as shown in the correspondence.

1. *Fundamentals of Marketing Communication: Definition of marketing communication and its role in the business context. Evolution of marketing communication: from traditional to digital. [O1]*
2. *Integrated communication strategy: Agents, targets and objectives of communication. The message. Communication mix. Evaluation. Budget and timetable. [O2]*
3. *Communication channels, digital marketing and new media: Digital platforms as marketing tools. Social networks: strategies and metrics. Digital influencers and content marketing. Marketing automation. Viral marketing. [O3, O5]*
4. *Interpersonal marketing, one-to-one marketing, Ommnichannel and Multichannel. [O4, O7]*
5. *Trends and Innovations in Marketing: Use of data and artificial intelligence in marketing. AR and VR in communication. Metaverse marketing and (...) [O8]*
6. *Integrated Communication Campaign (...) [O1, O2, O3, O4, O5, O6, O7, O8]*

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

A metodologia articula-se entre as atividades a desenvolver em cada um dos momentos (síncrono a distância, presencial e autónomo pelos estudantes). As sessões síncronas a distância visam, sobretudo, os níveis taxonómicos associados ao conhecimento e à compreensão. As sessões presenciais destinam-se a aprofundar os conhecimentos e o desenvolvimento e aprofundamento das competências dos estudantes (níveis taxonómicos de aplicação, análise), assegurando-se a respetiva articulação de modo a atingir os objetivos de aprendizagem.

Síncrona a distância:

M1. Apresentação/discussão dos conteúdos com realização de exercícios formativos visando a consolidação das aprendizagens.

Presencial:

M2. Utilização de Metodologias ativas (gamificação e aula invertida) para aplicação prática através de exercícios (utilizando técnicas de gamificação) e casos práticos (utilizando as técnicas da aula invertida) em contexto de sala de aula. A componente prática de aplicação será suportada na plataforma RD Station.

Autónoma:

M3. Leitura da bibliografia recomendada. Discussão/Resolução de casos práticos que não tenha resolvido durante as aulas práticas e outros propostos pelo docente.

Todos os elementos de apoio pedagógico, são disponibilizados através da plataforma Moodle.

O docente dá feedback (Orientação Tutorial – OT) sobre os resultados obtidos pelo estudante na resolução dos Casos práticos propostos, presencialmente em contexto de sala de aula ou a distância em modo assíncrono através da plataforma Moodle.

Complementarmente, os estudantes podem interagir com o tutor virtual Philix.ai integrado na plataforma LMS Moodle.

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

The methodology is articulated between the activities to be carried out at each stage (synchronous distance learning, face-to-face and autonomous learning by the students). The synchronous distance sessions are mainly aimed at the taxonomic levels associated with knowledge and understanding. The face-to-face sessions are designed to deepen students' knowledge and develop and deepen their skills (taxonomic levels of application, analysis), ensuring that they are articulated in such a way as to achieve the learning objectives.

Synchronous distance learning:

M1. Presentation/discussion of content with formative exercises aimed at consolidating learning.

Face-to-face:

M2. Use of active methodologies (gamification and flipped classroom) for practical application through exercises (using gamification techniques) and practical cases (using flipped classroom techniques) in a classroom context. The practical application component will be supported on the RD Station platform.

Autonomous:

M3. Reading the recommended bibliography. Discussion/resolution of practical cases not solved during practical classes and others proposed by the lecturer.

All teaching support elements are made available via the Moodle platform.

The teacher gives feedback (Tutorial Guidance - OT) on the results obtained by the student in solving the practical cases proposed, in person in the classroom or remotely in asynchronous mode via the Moodle platform.

In addition, students can interact with the Philix.ai virtual tutor integrated into the Moodle LMS platform.

4.2.14. Avaliação (PT):

Avaliação Curricular (contínua):

Esta modalidade de avaliação é constituída por:

A1. Portfólio de trabalhos/exercícios de aula (individual).

A2. Trabalho prático (grupo). Consiste num trabalho escrito submetido na plataforma Moodle.

A3. Teste final teórico/prático (individual). Teste escrito.

A classificação final é calculada através da fórmula Classificação Final = $0,2 \cdot A1 + 0,4 \cdot A2 + 0,4 \cdot A3$.

O estudante é aprovado se obtiver classificação igual ou superior a 9,5 valores.

A classificação mínima na avaliação curricular (continua) é a seguinte:

- Portfólio de trabalhos/exercícios de aula (individual): 10 valores

- Trabalho prático (grupo): 10 valores

- Teste teórico/prático – no final do semestre (individual): 8 valores.

A avaliação dos trabalhos práticos em grupo, inclui a avaliação individual dos estudantes que terá uma ponderação de 40% na classificação do estudante nessa componente.

Avaliação Final ou em Época de Recurso ou Época Especial (A):

Hipótese 1:

A1. Portfólio de trabalhos/exercícios de aula (individual). O estudante realizou estes exercícios e obteve classificação positiva: mantém essa nota que será considerada em qualquer das épocas de avaliação.

A2. Trabalho prático (grupo). O estudante participou no trabalho de grupo e obteve classificação positiva na componente individual: mantém a nota que será considerada nestas épocas de avaliação.

A3. Teste teórico/prático (individual). O estudante realiza este Teste escrito em qualquer das épocas em que se submeta a avaliação.

A classificação final é calculada através da seguinte formula utilizada na avaliação curricular (continua).

Hipótese 2:

O estudantes não realizou os exercícios em sala ou realizou e obteve classificação negativa, e/ou não participou no trabalho de grupo ou participando obteve classificação negativa na componente de avaliação individual.

Avaliação Final, Avaliação em Época de Recurso/Especial (A): O estudante realiza o exame teórico-prático escrito (A=100%) e é aprovado se obtiver uma classificação igual ou superior a 9,5 valores em 20.

4.2.14. Avaliação (EN):

Curricular assessment (continuous):

This assessment modality consists of:

A1. Portfolio of class work/exercises (individual).

A2. Practical work (group). This consists of a written assignment submitted on the Moodle platform.

A3. Final theoretical/practical test (individual). Written test.

The final grade is calculated using the formula $\text{Final Grade} = 0.2 \cdot A1 + 0.4 \cdot A2 + 0.4 \cdot A3$.

The student is approved if they obtain a mark of 9.5 or more.

The minimum classification in the curricular assessment (continuous) is as follows:

- Portfolio of class work/exercises (individual): 10 marks

- Practical work (group): 10 marks

- Theoretical/practical test - at the end of the semester (individual): 8 marks.

The assessment of group practical work includes the individual assessment of students, which will have a weighting of 40 per cent in the student's classification in this component.

Final assessment or in the Appeal Period or Special Period (A):

Hypothesis 1:

A1. Portfolio of class work/exercises (individual). The student has completed these exercises and obtained a positive mark: they keep this mark and it will be taken into account in any of the assessment periods.

A2. Practical work (group). The student took part in the group work and obtained a positive mark in the individual component: the mark will be kept and will be taken into account in these assessment periods.

A3. Theoretical/practical test (individual). The student takes this written test in any of the assessment periods.

The final grade is calculated using the following formula used in curricular assessment (continuous).

Hypothesis 2:

The student has not done the exercises in class or has done them and obtained a negative mark, and/or has not taken part in the group work or has obtained a negative mark in the individual assessment component.

Final Assessment, Assessment in Appeal/Special Season (A): The student takes the written theoretical-practical exam (A=100%) and is approved if they obtain a mark equal to or greater than 9.5 out of 20.

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

A coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da Unidade curricular é demonstrada através das seguintes relações:

O1. Compreender os fundamentos e evolução da comunicação de marketing. [M1, M2, M3] – [A1, A2, A3] ou [A]

O2. Explicar a importância da comunicação integrada de marketing. [M1, M2, M3] – [A1, A2, A3] ou [A]

O3. Utilizar ferramentas e plataformas digitais para desenvolver estratégias eficazes de marketing digital e new media. [M1, M2, M3] – [A1, A2, A3] ou [A]

O4. Comparar as diferenças entre estratégias omnichannel e multichannel, avaliando seus impactos na experiência do consumidor. [M1, M2, M3] – [A1, A2, A3] ou [A]

O5. Avaliar o impacto da automação de marketing, do marketing de influência e das redes sociais na construção de marcas e engajamento do público. [M1, M2, M3] – [A1, A2, A3] ou [A]

O6. Desenvolver um plano para uma campanha de comunicação integrada, considerando orçamento, calendarização e métricas de avaliação. [M2, M2, M3] – [A1, A2] ou [A]

O7. Implementar estratégias de marketing one-to-one e interpessoal para personalizar a experiência do consumidor. [M1, M2, M3] – [A1, A2] ou [A]

O8. Projetar soluções inovadoras para comunicação de marketing utilizando inteligência artificial, RA, RV e ambientes emergentes como o metaverso. [M1, M2, M3] – [A1, A2] ou [A]

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

The consistency of the teaching and assessment methodologies with the learning objectives of the curricular unit is demonstrated by the following relationships:

O1. Understand the foundations and evolution of marketing communication. [M1, M2, M3] - [A1, A2, A3] or [A]

O2. Explain the importance of integrated marketing communication. [M1, M2, M3] - [A1, A2, A3] or [A]

O3. Use digital tools and platforms to develop effective digital marketing and new media strategies. [M1, M2, M3] - [A1, A2, A3] or [A]

O4. Compare the differences between omnichannel and multichannel strategies, assessing their impact on the consumer experience. [M1, M2, M3] - [A1, A2, A3] or [A]

O5. Evaluate the impact of marketing automation, influencer marketing and social media on brand building and audience engagement. [M1, M2, M3] - [A1, A2, A3] or [A]

O6. Develop a plan for an integrated communication campaign, considering budget, timetable and evaluation metrics. [M2, M2, M3] - [A1, A2] or [A]

O7. Implement one-to-one and interpersonal marketing strategies to personalise the consumer experience. [M1, M2, M3] - [A1, A2] or [A]

O8. Design innovative solutions for marketing communication using artificial intelligence, AR, VR and emerging environments such as the metaverse. [M1, M2, M3] - [A1, A2] or [A]

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

Belch, G. E., & Belch, M. A. (2021). *Advertising and promotion: An integrated marketing communications perspective* (12ª ed.). McGraw-Hill Education.

Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2022). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice* (8ª ed.). Pearson.

Egan, J. (2023). *Marketing communications*. Sage Publications Ltd.

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2024). *Marketing 6.0: O futuro é imersivo*. Actual Editora.

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

Belch, G. E., & Belch, M. A. (2021). *Advertising and promotion: An integrated marketing communications perspective* (12ª ed.). McGraw-Hill Education.

Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2022). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice* (8ª ed.). Pearson.

Egan, J. (2023). *Marketing communications*. Sage Publications Ltd.

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2024). *Marketing 6.0: O futuro é imersivo*. Actual Editora.

4.2.17. Observações (PT):

Recursos específicos:

- Moodle: <https://moodle.ensinulusofona.pt/>
- Plataforma Teams.
- Internet, Biblioteca, bases de dados científicas.
- Laboratórios informáticos com ligação à internet e vídeo projetor.
- Plataforma RD Station.

4.2.17. Observações (EN):

Specific resources:

- Moodle: <https://moodle.ensinulusofona.pt/>
- Teams platform.
- Internet, Library, scientific databases.
- Computer labs with internet connection and video projector.
- RD Station platform.

Mapa III - Comunicação Visual e Design**4.2.1. Designação da unidade curricular (PT):**

Comunicação Visual e Design

4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):

Visual Communication and Design

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

AUV

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

AUV

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):

125.0

4.2.5. Horas de contacto:

Presencial (P) - TP-15.0; PL-18.0; OT-1.0
Síncrona a distância (SD) - TP-9.0; OT-2.0

4.2.6. % Horas de contacto a distância:

24.44%

4.2.7. Créditos ECTS:

5.0

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

- Patrícia Isabel Patrício Leal 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):*Esta unidade curricular tem os seguintes objetivos de aprendizagem:*

- O1. Dar a conhecer práticas, linguagens e métodos do design de comunicação.
- O2. Dominar as noções e os princípios organizativos da comunicação visual.
- O3. Dominar os sistemas de identidade visual – identidade corporativa.
- O4 Adequar a escolha dos tipos de letra aos diversos projetos, tendo sempre subjacente a sua função.
- O5. Dominar o processo de desenvolvimento de um projeto.
- O6. Demonstrar capacidade de coordenar material textual e imagético numa superfície bidimensional, hierarquizando conteúdos e tornando-os expressivos.
- O7. Dominar as ferramentas de desenho vetorial e bitmap.

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 has the following learning objectives:*

- O1. To familiarise students with the practices, languages and methods of communication design.
- O2. To master the notions and organisational principles of visual communication.
- O3. Master visual identity systems - corporate identity.
- O4 Adapt the choice of fonts to different projects, always bearing in mind their function.
- O5. Master the process of developing a project.
- O6. Demonstrate the ability to coordinate text and image material on a two-dimensional surface, hierarchising content and making it expressive.
- O7. Master vector and bitmap drawing tools.

4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):

1. Design comunicação: Práticas, linguagens e métodos.
2. Composição visual: Noções e princípios organizativos da composição visual.
3. Introdução ao design gráfico: Conceitos e métodos. Elementos base do design gráfico. Comunicar através do design.
4. Processos e meios de representação gráfica: Forma. Função. Perceção. Composição. Cor. Imagem. Texto.
5. Tipografia: Tipografia impressa. Tipografia digital. Tipos de tipografia.
6. Desenvolvimento de projetos em design gráfico: Etapas. Recursos utilizados. Meios de divulgação e publicação. Ferramentas de desenvolvimento.

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):

1. Design communication: Practices, languages and methods.
2. Visual composition: Notions and organisational principles of visual composition.
3. Introduction to graphic design: Concepts and methods. Basic elements of graphic design. Communicating through design.
4. Processes and means of graphic representation: Form. Function. Perception. Composition. Colour. Image. Text.
5. Typography: Print typography. Digital typography. Types of typography.
6. Project development in graphic design: Stages. Resources used. Means of dissemination and publication. Development tools.

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

Os conteúdos programáticos estão em estreita ligação com os objetivos da Unidade Curricular conforme se explicita através da correspondência entre os mesmos.

1. Design comunicação: Práticas, linguagens e métodos. [O1]
2. Composição visual: Noções e princípios organizativos da composição visual. [O2]
3. Introdução ao design gráfico: Conceitos e métodos. Elementos base do design gráfico. Comunicar através do design. [O2, O3]
4. Processos e meios de representação gráfica: Forma. Função. Percepção. Composição. Cor. Imagem. Texto. [O2, O3, O4, O6]
5. Tipografia: Tipografia impressa. Tipografia digital. Tipos de tipografia. [O2, O3, O4, O5, O6]
6. Desenvolvimento de projetos em design gráfico: Etapas. Recursos utilizados. Meios de divulgação e publicação. Ferramentas de desenvolvimento. [O1, O2, O3, O4, O5, O6, O7]

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

The syllabus contents are closely linked to the objectives of the course, as can be seen from the correspondence between them.

1. Design communication: Practices, languages and methods. [O1]
2. Visual composition: Notions and organisational principles of visual composition. [O2]
3. Introduction to graphic design: Concepts and methods. Basic elements of graphic design. Communicating through design. [O2, O3]
4. Graphic representation processes and media: Form. Function. Perception. Composition. Colour. Image. Text. [O2, O3, O4, O6]
5. Typography: Print typography. Digital typography. Types of typography. [O2, O3, O4, O5, O6]
6. Graphic design project development: Stages. Resources used. Means of dissemination and publication. Development tools. [O1, O2, O3, O4, O5, O6, O7]

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

A metodologia baseia-se na articulação entre as atividades a desenvolver em cada um dos momentos (síncrono a distância, presencial e autónomo pelos estudantes).

Síncrono à distância:

M1. Métodos expositivo e interrogativo: para exposição e consolidação dos conteúdos. Nestas sessões são ainda apresentados textos/vídeos ou outros documentos que os estudantes vão explorar nas aulas presenciais.

Presencial:

M2. Prática baseada na metodologia Aprendizagem Baseada em Resolução de Problemas (ABRP) visando encontrar solução para problemas identificados pelos estudantes ou propostos pelo docente, nomeadamente para o desenvolvimento de projeto.

Autónomo:

M3. Adicionalmente os estudantes são incentivados a analisar um Caso proposto pelo docente.

O docente dá feedback sobre o trabalho desenvolvido na prática laboratorial (Orientação tutorial – OT) presencialmente em contexto da sala de aula ou através da plataforma de apoio ao processo ensino/aprendizagem Moodle.

Complementarmente, os estudantes podem interagir com o tutor virtual Philix.ai integrado na plataforma LMS Moodle.

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

The methodology is based on the articulation between the activities to be carried out at each stage (synchronous distance learning, face-to-face and autonomous by the students). The distance learning sessions aim to develop the taxonomic levels of knowledge and understanding, while the face-to-face sessions delve deeper into the topics, reaching the levels of application, analysis, synthesis and evaluation. So there you have it:

Synchronous distance learning:

M1. Expository and interrogative methods: to explain and consolidate content. In these sessions, texts/videos or other documents are also presented which the students will explore in the face-to-face classes.

Face-to-face:

M2. Practical work based on the Problem-Based Learning (PBL) methodology aimed at finding solutions to problems identified by the students or proposed by the lecturer, namely for project development. The application work component will be carried out using the tools Adobe InDesign, Adobe Illustrator, Canva.

Autonomous:

M3. In addition, students are encouraged to analyse a case proposed by the teacher.

The teacher gives feedback on the work carried out in the laboratory and the case being analysed (tutorial guidance - OT) in person in the classroom or via the Moodle teaching/learning support platform.

In addition, students can interact with the virtual tutor Philix.ai integrated into the LMS Moodle platform.

4.2.14. Avaliação (PT):

Avaliação Curricular (contínua):

A1. Trabalho prático (grupo).

A2. Teste final teórico/prático (individual).

A classificação final é calculada através da fórmula Classificação Final = $A1 \times 0,5 + A2 \times 0,5$.

O estudante é aprovado se obtiver classificação igual ou superior a 9,5 valores.

A classificação mínima na avaliação curricular (contínua) a aplicar é a seguinte:

- Trabalho prático (grupo): 10 valores

- Teste final teórico/prático (individual): 8 valores

A avaliação dos trabalhos práticos em grupo, inclui a avaliação individual dos estudantes que terá uma ponderação de 40% na classificação do estudante nessa componente.

Avaliação Final / Avaliação em Época de Recurso/Especial (A):

Hipótese 1:

A1. Trabalho prático (grupo). O estudante participou no trabalho de grupo e obteve classificação positiva na componente individual: mantém a nota que será considerada nestas épocas de avaliação.

A2. Teste teórico/prático (individual). O estudante realiza este Teste em qualquer das épocas em que se submeta a avaliação.

A classificação final é calculada através da fórmula prevista na avaliação Curricular (contínua).

Hipótese 2:

O estudante não participou no trabalho de grupo ou participando obteve classificação negativa na componente de avaliação individual.

Avaliação Final, Avaliação em Época de Recurso/Especial (A): O estudante realiza o exame teórico-prático (A=100%) e é aprovado se obtiver uma classificação igual ou superior a 9,5 valores em 20.

4.2.14. Avaliação (EN):

Curricular assessment (continuous):

A1. Practical work (group). Work with application component and written report, including presentation in class.

A2. Final theoretical/practical test (individual). Written test.

The final grade is calculated using the formula Final Grade = $A1 \times 0.5 + A2 \times 0.5$.

The student is approved if they obtain a mark of 9.5 or more.

The minimum mark in the curricular assessment (continuous) to be applied is as follows:

- Practical work (group): 10 marks

- Final theoretical/practical test (individual): 8 marks

The assessment of group practical work includes individual student assessment, which will have a weighting of 40 per cent in the student's classification in this component.

Final Assessment / Assessment in Appeal/Special Period (A):

Hypothesis 1:

A1. Practical work (group). The student took part in the group work and obtained a positive mark in the individual component: the mark that will be taken into account in these assessment periods is maintained.

A2. Theoretical/practical test (individual). The student takes this written test in any of the assessment periods.

The final mark is calculated using the formula laid down in the Curricular assessment (continuous).

Hypothesis 2:

The student did not take part in the group work or, if they did, obtained a negative mark in the individual assessment component.

Final Assessment, Assessment in Appeal/Special Season (A): The student takes the theoretical-practical exam with an application component (50%) and a written component (50%) (A=100%) and is approved if they obtain a mark equal to or greater than 9.5 out of 20.

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

A coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da Unidade curricular é demonstrada através das seguintes relações:

O1. Dar a conhecer práticas, linguagens e métodos do design de comunicação. [M1, M2, M3] - [A1, A2] ou [A]

O2. Dominar as noções e os princípios organizativos da comunicação visual. [M1, M2, M3] - [A1, A2] ou [A]

O3. Dominar os sistemas de identidade visual – identidade corporativa. [M1, M2, M3] - [A1, A2] ou [A]

O4. Adequar a escolha dos tipos de letra aos diversos projetos, tendo sempre subjacente a sua função. [M1, M2, M3] - [A1, A2] ou [A]

O5. Dominar o processo de desenvolvimento de um projeto. [M1, M2, M3] - [A1, A2] ou [A]

O6. Demonstrar capacidade de coordenar material textual e imagético numa superfície bidimensional, hierarquizando conteúdos e tomando-os expressivos. [M1, M2, M3] - [A1, A2] ou [A]

O7. Dominar as ferramentas de desenho vetorial e bitmap. [M1, M2, M3] - [A1, A2] ou [A]

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

The consistency of the teaching and assessment methodologies with the learning objectives of the curricular unit is demonstrated by the following relationships:

- O1. Introduce communication design practices, languages and methods. [M1, M2, M3] - [A1, A2] or [A]*
- O2. Master the notions and organisational principles of visual communication. [M1, M2, M3] - [A1, A2] or [A]*
- O3. Master visual identity systems - corporate identity. [M1, M2, M3] - [A1, A2] or [A]*
- O4 Adapt the choice of fonts to the various projects, always bearing in mind their function. [M1, M2, M3] - [A1, A2] or [A]*
- O5. Master the process of developing a project. [M1, M2, M3] - [A1, A2] or [A]*
- O6. Demonstrate the ability to coordinate text and image material on a two-dimensional surface, hierarchising content and making it expressive. [M1, M2, M3] - [A1, A2] or [A]*
- O7. Master vector and bitmap drawing tools. [M1, M2, M3] - [A1, A2] or [A]*

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

Dejarld, T. & Anton, K. (2023). Adobe InDesign (2023 release). Adobe Press.
Leal, L. (2021). Processo de Criação em Design Gráfico: Pandemonium. Senac.
Mukhopadhyay, P. (2024). Visual Ergonomics for Communication Design A Layperson's Approach. CRC Press.
Wood, Brian (2024). Adobe Illustrator (2024 release). Adobe Press.
Zender, Mike (2024). Interaction of Symbols Icon Design Theory and Practice. CRC Press.

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

Dejarld, T. & Anton, K. (2023). Adobe InDesign (2023 release). Adobe Press.
Leal, L. (2021). Processo de Criação em Design Gráfico: Pandemonium. Senac.
Mukhopadhyay, P. (2024). Visual Ergonomics for Communication Design A Layperson's Approach. CRC Press.
Wood, Brian (2024). Adobe Illustrator (2024 release). Adobe Press.
Zender, Mike (2024). Interaction of Symbols Icon Design Theory and Practice. CRC Press.

4.2.17. Observações (PT):

Recursos específicos:
- Moodle: <https://moodle.ensinulusofona.pt/>
- Plataforma Teams.
- Internet, Biblioteca, bases de dados científicas.
- Laboratórios informáticos com ligação à internet e vídeo projetor.
- Adobe InDesign, Adobe Illustrator, Canva.

4.2.17. Observações (EN):

Specific Resources:
- Moodle: <https://moodle.ensinulusofona.pt/>
- Teams platform.
- Internet, library, scientific databases.
- Computer labs with internet connection and video projector.
- Adobe InDesign, Adobe Illustrator, Canva.

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

Contabilidade de Gestão

4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):

Management Accounting

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

GAD

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

MAD

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):***125.0***4.2.5. Horas de contacto:***Presencial (P) - TP-18.0; PL-15.0; OT-1.0**Síncrona a distância (SD) - TP-9.0; OT-2.0***4.2.6. % Horas de contacto a distância:***24.44%***4.2.7. Créditos ECTS:***5.0***4.2.8. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular:***• Rui Centeno Martins - 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):***Esta unidade curricular tem os seguintes objetivos de aprendizagem:**O1. Reconhecer a importância da contabilidade de gestão como sistema de informação.**O2. Identificar os modelos e objetivos da contabilidade de gestão.**O3. Identificar as formas de imputação e base de repartição dos elementos do custo total.**O4. Distinguir o método direto do método indireto no apuramento do custo de produção e interpretar a informação proporcionada por cada um dos métodos.**O5. Aplicar cada um dos sistemas de custeio e saber interpretar as diferenças de resultados pela utilização alternativa de cada um deles.**O6. Reconhecer a complementaridade da contabilidade de gestão relativamente à contabilidade financeira.**O7. Identificar e aplicar os critérios e métodos de valorização do produto fabricado, ou do serviço prestado, adequados a cada caso.**O8. Identificar e articular as etapas do processo de implementação de um sistema de contabilidade de gestão numa organização.***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 has the following learning objectives:**O1. Recognise the importance of management accounting as an information system.**O2. Identify the models and objectives of management accounting.**O3. Identify the ways in which total costs are allocated and the basis on which they are apportioned.**O4. Distinguish the direct method from the indirect method when calculating production costs and interpret the information provided by each method.**O5. Apply each of the costing systems and be able to interpret the differences in results due to the alternative use of each of them.**O6. Recognise the complementarity of management accounting with financial accounting.**O7. Identify and apply the appropriate criteria and methods for valuing the product manufactured or the service provided.**O8. Identify and articulate the stages in the process of implementing a management accounting system in an organisation.*

4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):

1. *Introdução: Âmbito e objetivos da contabilidade de gestão.*
2. *Conceitos fundamentais de contabilidade de gestão: Estádios de custo. Custo da produção em vias de fabrico, fabricada, acabada e vendida. Classificação dos custos.*
3. *Contabilização e controlo dos elementos do custo total: Materiais diretos. Mão-de-obra: direta e indireta. Gastos gerais de fabrico e custos indiretos de produção.*
4. *Custo de produção e regimes de fabrico: Método direto ou de custeio por ordens de produção. Método indireto ou de custeio por processos.*
5. *Custo de produção e sistemas de custeio: Sistema total. Sistema variável. Custeio variável. Custeio racional.*
6. *Sistemas de articulação entre as contabilidades financeira e de gestão: Sistema monista vs. sistemas dualistas.*
7. *Conceção de um sistema de contabilidade de gestão.*

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):

1. *Introduction: Scope and objectives of management accounting.*
2. *Fundamental concepts of management accounting: Cost stages. Cost of production in progress, manufactured, finished and sold. Classification of costs.*
3. *Accounting and control of total cost elements: Direct materials. Labour: direct and indirect. Manufacturing overheads and indirect production costs.*
4. *Production cost and manufacturing systems: Direct method or costing by production orders. Indirect or process costing method.*
5. *Production cost and costing systems: Total system. Variable system. Variable costing. Rational costing.*
6. *Systems of articulation between financial and management accounting: Monist vs. dualist systems.*
7. *Designing a management accounting system.*

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

Os conteúdos programáticos estão em estreita ligação com os objetivos conforme se mostra na correspondência.

1. *Introdução: Âmbito e objetivos da contabilidade de gestão. [O1; O2]*
2. *Conceitos fundamentais de contabilidade de gestão: Estádios de custo. Custo da produção em vias de fabrico, fabricada, acabada e vendida. Classificação dos custos. [O1; O2]*
3. *Contabilização e controlo dos elementos do custo total: Materiais diretos. Mão-de-obra: direta e indireta. Gastos gerais de fabrico e custos indiretos de produção. [O3]*
4. *Custo de produção e regimes de fabrico: Método direto ou de custeio por ordens de produção. Método indireto ou de custeio por processos. [O4; O7]*
5. *Custo de produção e sistemas de custeio: Sistema total. Sistema variável. Custeio variável e racional. [O4; O5; O6; O7]*
6. *Sistemas de articulação entre as contabilidades financeira e de gestão: Sistema monista vs. sistemas dualistas. [O4; O5; O6; O7]*
7. *Conceção de um sistema de contabilidade de gestão. [O8]*

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

The syllabus is closely linked to the objectives as shown in the correspondence.

1. *Introduction: Scope and objectives of management accounting. [O1; O2]*
2. *Fundamental concepts of management accounting: Cost stages. Cost of production in the process of manufacture, manufactured, finished and sold. Classification of costs. [O1; O2]*
3. *Accounting and control of the elements of the total cost: Direct materials. Labor: direct and indirect. Manufacturing overheads and production overheads. [O3]*
4. *Production cost and manufacturing regimes: Direct method or costing by production orders. Indirect method or costing by processes. [O4; O7]*
5. *Production cost and costing systems: Total system. Variable system. Variable costing. Rational costing. [O4; O5; O6; O7]*
6. *Systems of articulation between financial and management accounting: Monist system vs. dualist systems. [O4; O5; O6; O7]*
7. *Design of a management accounting system. [O8]*

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

A metodologia baseia-se na articulação entre as atividades a desenvolver em cada um dos momentos (síncrono a distância (níveis do conhecimento, compreensão e aplicação inicial), presencial (aplicação aprofundada, análise, síntese e avaliação) e autónomo pelos estudantes). Esta estratégia permite atingir todos os objetivos propostos e assegurar que os estudantes demonstram as aptidões e adquirem as competências previstas.

Síncrono a distância:

M1. Método expositivo para a transmissão dos conhecimentos fundamentais sobre os conteúdos propostos. Utilização do método interrogativo para suscitar a participação dos estudantes na resolução de exercícios propostos pelo docente.

Presencial:

M2. Método interrogativo para aprofundar conhecimentos.

M3. Prática simulada: Estudantes realizam em contexto prático exercícios, propostos pelo docente e, complementarmente analisam e discutem os resultados dos "case studies" que lhes são apresentados pelo docente. A aplicação prática recorre à utilização do ERP PHC (módulos de Contabilidade).

Autónomo:

M4. Pesquisa complementar e visualização dos materiais disponibilizados pelo docente. Resolução de exercícios adicionais propostos pelo docente.

O docente dá feedback sobre o desenvolvimento dos exercícios propostos (Orientação tutorial – OT) presencialmente em contexto de sala de aula ou através da plataforma de apoio ao ensino/aprendizagem Moodle.

Complementarmente, os estudantes podem interagir com o tutor virtual Philix.ai integrado na plataforma LMS Moodle.

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

The methodology is based on linking the activities to be carried out at each stage (synchronous distance learning (levels of knowledge, understanding and initial application), face-to-face learning (in-depth application, analysis, synthesis and evaluation) and autonomous learning by the students). This strategy makes it possible to achieve all the proposed objectives and ensure that students demonstrate the skills and acquire the competences envisaged.

Synchronous distance learning:

M1. Expository method for transmitting fundamental knowledge of the proposed content. Use of the interrogative method to elicit student participation in solving exercises proposed by the lecturer.

Face-to-face:

M2. Interrogative method to deepen knowledge.

M3. Simulated practice: Students carry out exercises in a practical context, proposed by the lecturer and, in addition, analyse and discuss the results of the case studies presented to them by the lecturer. The practical application uses the ERP PHC (Accounting modules).

Autonomous:

M4. Additional research and visualisation of materials provided by the teacher. Solving additional exercises proposed by the teacher.

The lecturer gives feedback on the development of the proposed exercises (tutorial guidance - OT) in person in the classroom or via the Moodle teaching/learning support platform.

In addition, students can interact with the virtual tutor Philix.ai integrated into the LMS Moodle platform.

4.2.14. Avaliação (PT):

Avaliação curricular (contínua):

A1. Teste intermédio (individual). Teste escrito.

A2. Portfólio de Exercícios práticos (individuais). Com recurso a software de contabilidade.

A3. Teste teórico/prático (individual). Teste escrito.

A classificação final é calculada através da fórmula $Classificação\ Final = A1 \cdot 0,3 + A2 \cdot 0,3 + A3 \cdot 0,4$.

A classificação mínima na avaliação curricular (contínua) é a seguinte:

- Portfólio/trabalhos e exercícios de aula: 10 valores

- Testes intermédio (individual): 6 valores

- Teste teórico/prático (individual): 8 valores

Avaliação final ou em época de recurso/especial [A]:

Hipótese 1:

A2. Portfólio de Exercícios práticos (individuais). O estudante realizou os exercícios nos quais obtiveram avaliação positiva: mantém a nota que será considerada nestas épocas de avaliação.

A1. Teste teórico/prático (individual). O estudante realiza este Teste escrito em qualquer das épocas em que se submeta a avaliação.

A classificação final é calculada através da fórmula $[A] = A2 \cdot 0,3 + A1 \cdot 0,7$.

Hipótese 2:

O estudante não realizou os exercícios de aula ou realizando obteve classificação negativa e/ou obteve classificação negativa na componente de avaliação individual.

Avaliação Final, Avaliação em Época de Recurso/Especial (A): O estudante realiza o exame teórico-prático escrito ($A=100\%$) e é aprovado se obtiver uma classificação igual ou superior a 9,5 valores em 20.

4.2.14. Avaliação (EN):

Curricular assessment (continuous):

A1. Intermediate test (individual). Written test.

A2. Portfolio of practical exercises (individual). Using accounting software.

A3. Theoretical/practical test (individual). Written test.

The final grade is calculated using the formula $\text{Final Grade} = A1 \cdot 0.3 + A2 \cdot 0.3 + A3 \cdot 0.4$.

The minimum classification in the curricular assessment (continuous) is as follows:

- Portfolio/work and class exercises: 10 marks

- Intermediate test (individual): 6 marks

- Theoretical/practical test (individual): 8 marks

Final or appeal/special assessment [A]:

Hypothesis 1:

A2. Portfolio of practical exercises (individual). The student has carried out the exercises in which they obtained a positive evaluation: they keep the mark that will be taken into account in these assessment periods.

A1. Theoretical/practical test (individual). The student takes this written test in any of the assessment periods.

The final mark is calculated using the formula $[A] = A2 \cdot 0.3 + A1 \cdot 0.7$.

Hypothesis 2:

The student has not completed the class exercises or has obtained a negative classification and/or has obtained a negative classification in the individual assessment component.

Final Assessment, Assessment in Appeal/Special Season (A): The student takes the written theoretical-practical exam (A=100%) and passes if they obtain a mark equal to or greater than 9.5 out of 20.

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

(PT):

A coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da Unidade curricular é demonstrada através das seguintes relações:

O1. Reconhecer a importância da contabilidade de gestão como sistema de informação. [M1, M2] – [A1, A2, A3] ou [A]

O2. Identificar os modelos e objetivos da contabilidade de gestão. [M1, M2] – [A1, A2, A3] ou [A]

O3. Identificar as formas de imputação e base de repartição dos elementos do custo total. [M1, M2] – [A1, A2, A3] ou [A]

O4. Distinguir o método direto do método indireto no apuramento do custo de produção e interpretar a informação proporcionada por cada um dos métodos. [M1, M2] – [A1, A2, A3] ou [A]

O5. Aplicar cada um dos sistemas de custeio e saber interpretar as diferenças de resultados pela utilização alternativa de cada um deles.

[M1, M2, M3, M4] – [A1, A2, A3] ou [A]

O6. Reconhecer a complementaridade da contabilidade de gestão relativamente à contabilidade financeira. [M1, M2, M3, M4] – [A1, A2, A3] ou [A]

O7. Identificar e aplicar os critérios e métodos de valorização do produto fabricado, ou do serviço prestado, adequados a cada caso. [M1, M2, M3, M4] – [A1, A2, A3] ou [A]

O8. Identificar e articular as etapas do processo de implementação de um sistema de contabilidade de gestão numa organização. [M1, M2, M3, M4] – [A1, A2, A3] ou [A]

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

(EN):

The coherence of the teaching and assessment methodologies with the learning objectives of the course is demonstrated through the following relationships:

O1. Recognize the importance of management accounting as an information system. [M1, M2] – [A1, A2, A3] or [A]

O2. Identify the models and objectives of management accounting. [M1, M2] – [A1, A2, A3] or [A]

O3. Identify the forms of imputation and basis for distribution of the elements of the total cost. [M1, M2] – [A1, A2, A3] or [A]

O4. Distinguish the direct method from the indirect method in the calculation of the cost of production and interpret the information provided by each of the methods. [M1, M2] – [A1, A2, A3] or [A]

O5. Apply each of the costing systems and know how to interpret the differences in results by the alternative use of each of them. [M1, M2, M3, M4] – [A1, A2, A3] or [A]

O6. Recognise the complementarity of management accounting with financial accounting. [M1, M2, M3, M4] – [A1, A2, A3] or [A]

O7. Identify and apply the criteria and methods for valuing the product manufactured, or the service provided, appropriate to each case. [M1, M2, M3, M4] – [A1, A2, A3] or [A]

O8. Identify and articulate the steps in the process of implementing a management accounting system in an organization. [M1, M2, M3, M4] – [A1, A2, A3] or [A]

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

Drury, J.C. (2023). *Management and Cost Accounting*, International Thompson Business Press.
Horngren, C. et al. (2022). *Introduction to Management Accounting*, Global Edition 17th Edition. Pearson.
Martins, Maria Manuela (2023). *Contabilidade de Gestão Casos Práticos*. Editora d'Ideias.
Saraiva, et al., (2022). *Contabilidade de Gestão - Cálculo de Custos e Valorização de Inventários*. Almedina.
Silva, A. F. & Oliveira, H. C. (ed.) (2023). *Contabilidade de gestão para a tomada de decisão*. Quântica Editora – Conteúdos Especializados, Lda.
Legislação nacional sobre Normas Contabilísticas e de Relato Financeiro.
Legislação comunitária e internacional sobre Normas Internacionais de Contabilidade.

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

Drury, J.C. (2023). *Management and Cost Accounting*, International Thompson Business Press.
Horngren, C. et al. (2022). *Introduction to Management Accounting*, Global Edition 17th Edition. Pearson.
Martins, Maria Manuela (2023). *Contabilidade de Gestão Casos Práticos*. Editora d'Ideias.
Saraiva, et al., (2022). *Contabilidade de Gestão - Cálculo de Custos e Valorização de Inventários*. Almedina.
Silva, A. F. & Oliveira, H. C. (ed.) (2023). *Contabilidade de gestão para a tomada de decisão*. Quântica Editora – Conteúdos Especializados, Lda.
Legislação nacional sobre Normas Contabilísticas e de Relato Financeiro.
Legislação comunitária e internacional sobre Normas Internacionais de Contabilidade.

4.2.17. Observações (PT):

Recursos específicos:
- Moodle: <https://moodle.ensinolusofona.pt/>
- Plataforma Teams.
- Internet, Biblioteca, bases de dados científicas.
- Laboratórios informáticos com ligação à internet e vídeo projetor.
- Software ERP PHC (Contabilidade).

4.2.17. Observações (EN):

Specific resources:
- Moodle: <https://moodle.ensinolusofona.pt/>
- Teams platform.
- Internet, Library, scientific databases.
- Computer labs with internet connection and video projector.
- ERP PHC software (Accounting).

Mapa III - Contabilidade Financeira**4.2.1. Designação da unidade curricular (PT):**

Contabilidade Financeira

4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):

Financial Accounting

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

GAD

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

MAD

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):

150.0

4.2.5. Horas de contacto:

Presencial (P) - TP-24.0; PL-18.0; OT-3.0

Síncrona a distância (SD) - TP-12.0; OT-3.0

4.2.6. % Horas de contacto a distância:

25.00%

4.2.7. Créditos ECTS:

6.0

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

• Rui Centeno Martins - 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):

Esta unidade curricular tem os seguintes objetivos de aprendizagem:

O1. Enquadrar a contabilidade como fonte de informação para a gestão das empresas e para os agentes económicos com os quais se relacionam na sua atividade, atendendo à evolução da estrutura conceptual.

O2. Dar a conhecer os principais conceitos, factos e mapas contabilísticos.

O3. Enquadrar o pensamento contabilístico: enquadramento teórico e evolução até à atual estrutura conceptual.

O4. Distinguir os principais conceitos, factos e mapas contabilísticos.

O5. Registar corretamente as operações relacionadas com a(s) atividade(s) da empresa, atendendo ao cumprimento de obrigações fiscais e administrativas.

O6. Interpretar as principais demonstrações financeiras.

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 has the following learning objectives:

O1. To frame accounting as a source of information for the management of companies and for the economic agents with which they relate in their activity, taking into account the evolution of the conceptual structure.

O2. To make known the main concepts, facts and accounting maps.

O3. Framing accounting thinking: theoretical framework and evolution to the current conceptual framework.

O4. Distinguish the main concepts, facts and accounting statements.

O5. Correctly record the operations related to the company's activity(ies), taking into account compliance with tax and administrative obligations.

O6. Interpret key financial statements.

4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):

1. Introdução: conceitos básicos e método contabilístico.

2. Património da empresa.

3. Planeamento e organização contabilística (circuito documental).

4. O Sistema de Normalização Contabilística (SNC): Evolução do pensamento contabilístico; Entidades abrangidas; A informação financeira e respetivas demonstrações. Bases para apresentação das demonstrações financeiras. Modelos de demonstrações financeiras.

5. Movimentação das contas: Reconhecimento. Regras de movimentação. Código de contas. A fiscalidade na contabilidade. Sistemas de inventários. Contabilização e Apuramento do IVA. Mapas de amortizações. O balancete. Demonstração de Resultados.

6. Trabalhos de final de exercício: Apuramento de resultados. Impostos sobre o rendimento. Balanço da empresa. Elaboração das demonstrações financeiras.

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):

1. Introduction: basic concepts and accounting method.

2. Company assets.

3. Accounting planning and organization (documentary circuit).

4. The Accounting Standardization System (SNC): Evolution of accounting thinking; Entities covered; The financial information and respective statements. Bases for presentation of financial statements. Financial Statement Templates.

5. Account Movement: Recognition. Movement rules. Code of accounts. Taxation in accounting. Inventory systems. Accounting and Clearance of VAT. Depreciation maps. The trial balance. Income Statement.

6. End-of-year work: Calculation of results. Income taxes. Company balance sheet. Preparation of financial statements.

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

Os conteúdos programáticos estão em estreita ligação com os objetivos conforme se mostra.

1. Introdução: conceitos básicos e método contabilístico. [O1; O2; O3; O4]
2. Património da empresa [O1; O2; O4; O5]
3. Planeamento e organização contabilística (circuito documental) [O1; O2; O3; O4]
4. O Sistema de Normalização Contabilística (SNC): Evolução do pensamento contabilístico; Entidades abrangidas; A informação financeira e respetivas demonstrações. Bases para apresentação das demonstrações financeiras. Modelos de demonstrações financeiras. (SNC) [O1; O2; O3; O4; O5]
5. Movimentação das contas: Reconhecimento. Regras de movimentação. Código de contas. A fiscalidade na contabilidade. Sistemas de inventários. Contabilização e Apuramento do IVA. Mapas de amortizações. O balancete. Demonstração de Resultados. [O5; O6]
6. Trabalhos de final de exercício: Apuramento de resultados. Impostos sobre o rendimento. Balanço da empresa. Elaboração das demonstrações financeiras. [O5; O6]

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

The syllabus is closely linked to the objectives as shown in the correspondence.

1. Introduction: basic concepts and accounting method. [O1; O2; O3; O4]
2. Company assets [O1; O2; O4; O5]
3. Accounting planning and organization (documentary circuit) [O1; O2; O3; O4]
4. The Accounting Standardization System (SNC): Evolution of accounting thinking; Entities covered; The financial information and respective statements. Bases for presentation of financial statements. Financial Statement Templates. (SNC) [O1; O2; O3; O4; O5]
5. Account Movement: Recognition. Movement rules. Code of accounts. Taxation in accounting. Inventory systems. Accounting and Clearance of VAT. Depreciation maps. The trial balance. Income Statement. [O5; O6]
6. End-of-year work: Calculation of results. Income taxes. Company balance sheet. Preparation of financial statements. [O5; O6]

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

A metodologia articula-se entre as atividades a desenvolver em cada um dos momentos (síncrono a distância, presencial e autónomo pelos estudantes). As sessões síncronas orientam-se para possibilitar o primeiro contacto dos estudantes com os conteúdos possibilitando atingir os objetivos do nível do conhecimento e da compreensão. Nas sessões presenciais os métodos utilizados com recurso a metodologias ativas possibilitam que sejam atingidos os objetivos do nível da aplicação, análise e síntese. Esta estratégia é complementada pelo trabalho autónomo dos estudantes.

Síncrono a distância:

M1. Método expositivo para a transmissão dos conhecimentos fundamentais sobre os conteúdos propostos. Utilização do método interrogativo para suscitar a participação dos estudantes na resolução de exercícios propostos pelo docente.

Presencial:

M2. Prática simulada: Baseadas nas estratégias de aula invertida (serão disponibilizados antes das sessões vídeos e/ou documentos ilustrando situações práticas).

Nas aulas os estudantes realizam em contexto prático exercícios, com recurso a software informático de contabilidade. Complementarmente analisam e discutem os resultados dos “case studies” que lhes são apresentados pelo docente.

Autónomo:

M3. Visualização dos materiais disponibilizados pelo docente. Resolução de exercícios adicionais propostos pelo docente.

O docente dá feedback sobre o desenvolvimento dos exercícios propostos (Orientação tutorial – OT) presencialmente em contexto de sala de aula ou através da plataforma de apoio ao ensino/aprendizagem Moodle.

Complementarmente, os estudantes podem interagir com o tutor virtual Philix.ai integrado na plataforma LMS Moodle.

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

The methodology is articulated between the activities to be developed at each stage (synchronous at a distance, face-to-face and autonomous by the students). The synchronous sessions are geared towards giving students their first contact with the content, making it possible to achieve the objectives in terms of knowledge and understanding. In the face-to-face sessions, the methods used using active methodologies make it possible to achieve the objectives of application, analysis and synthesis. This strategy is complemented by the students' autonomous work.

Synchronous distance learning:

M1. Expository method for transmitting fundamental knowledge of the proposed content. Use of the interrogative method to encourage student participation in solving exercises proposed by the lecturer.

Face-to-face:

M2. Simulated practice: Based on inverted classroom strategies (videos and/or documents illustrating practical situations will be made available before the sessions).

In class, students carry out practical exercises using computerised accounting software. In addition, they analyse and discuss the results of case studies presented to them by the lecturer.

Autonomous:

M3. Visualisation of materials provided by the teacher. Solving additional exercises proposed by the teacher.

The teacher gives feedback on the development of the proposed exercises (Tutorial Orientation - OT) in person in the classroom or via the Moodle teaching/learning support platform.

In addition, students can interact with the virtual tutor Philix.ai integrated into the LMS Moodle platform.

4.2.14. Avaliação (PT):

Avaliação curricular (contínua):

1. Teste intermédio (individual). Escrito

2. Portfólio de Exercícios práticos (individuais). Com recurso a software de contabilidade.

3. Teste teórico/prático (individual). Com componente prática de aplicação (50%) e componente escrita (50%)

A classificação final é calculada através da fórmula Classificação Final = $A1 \cdot 0,3 + A2 \cdot 0,3 + A3 \cdot 0,4$.

A classificação mínima na avaliação curricular (contínua) é a seguinte:

- Teste intermédio (individual): 6 valores.

- Portfólio de Exercícios práticos (individuais): 10 valores

- Teste teórico/prático (individual): 8 valores

Avaliação final ou em época de recurso/especial [A]:

Hipótese 1:

A2. Portfólio de Exercícios práticos (individuais). O estudante realizou os exercícios nos quais obteve avaliação positiva: mantém a nota que será considerada nestas épocas de avaliação.

A1. Teste teórico/prático (individual). O estudante realiza este Teste escrito em qualquer das épocas em que se submeta a avaliação.

A classificação final é calculada através da formula $[A] = A2 \cdot 0,3 + A1 \cdot 0,7$.

Hipótese 2:

O estudante não realizou os exercícios de aula ou realizando obteve classificação negativa e/ou obteve classificação negativa na componente de avaliação individual.

Avaliação Final, Avaliação em Época de Recurso/Especial (A): O estudante realiza o exame teórico-prático com componente de aplicação (50%) e componente escrita (50%) ($A=100\%$) e é aprovado se obtiver uma classificação igual ou superior a 9,5 valores em 20.

4.2.14. Avaliação (EN):

Curricular assessment (continuous):

1. Mid-term test (individual). Written
2. Portfolio of practical exercises (individual). Using accounting software.
3. Theoretical/practical test (individual). With a practical application component (50%) and a written component (50%).

The final grade is calculated using the formula $\text{Final Grade} = A1 \cdot 0.3 + A2 \cdot 0.3 + A3 \cdot 0.4$.

The minimum mark in the curricular assessment (continuous) is as follows:

- Intermediate test (individual): 6 marks.
- Portfolio of practical exercises (individual): 10 marks
- Theoretical/practical test (individual): 8 marks

Final or appeal/special assessment [A]:

Hypothesis 1:

A2. Portfolio of practical exercises (individual). The student has carried out the exercises in which I obtained a positive evaluation: he/she keeps the mark that will be taken into account in these assessment periods.

A1. Theoretical/practical test (individual). The student takes this written test in any of the assessment periods.

The final mark is calculated using the formula $[A] = A2 \cdot 0.3 + A1 \cdot 0.7$.

Hypothesis 2:

The student has not completed the class exercises or has obtained a negative classification and/or has obtained a negative classification in the individual assessment component.

Final Assessment, Assessment in Appeal/Special Season (A): The student takes the theoretical-practical exam with an application component (50%) and a written component (50%) ($A=100\%$) and is approved if they obtain a mark equal to or greater than 9.5 out of 20.

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

A coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da Unidade curricular é demonstrada através das seguintes relações:

- O1. Enquadrar a contabilidade como fonte de informação para a gestão das empresas e para os agentes económicos com os quais se relacionam na sua atividade, atendendo à evolução da estrutura conceptual. [M1] - [A1 e A3] ou [A]
- O2. Dar a conhecer os principais conceitos, factos e mapas contabilísticos. [M1 e M3] - [A1 e A3] ou [A] M 3] - [A1, A2 e A3] ou [A]
- O3. Enquadrar o pensamento contabilístico: enquadramento teórico e evolução até à atual estrutura conceptual [M1 e M3] - [A1 e A3] ou [A]
- O4. Distinguir os principais conceitos, factos e mapas contabilísticos. [M1, M2 e M3] - [A1, A2 e A3] ou [A]
- O5. Registrar corretamente as operações relacionadas com a(s) atividade(s) da empresa, atendendo ao cumprimento de obrigações fiscais e administrativas. [M1, M2 e M3] - [A1, A2 e A3] ou [A]
- O6. Interpretar as principais demonstrações financeiras. [M1, M2 e M3] - [A1, A2 e A3] ou [A]

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

The coherence of the teaching and assessment methodologies with the learning objectives of the course is demonstrated through the following relationships:

- O1. To frame accounting as a source of information for the management of companies and for the economic agents with which they relate in their activity, taking into account the evolution of the conceptual structure. [M1] - [A1 & A3] or [A]
- O2. To make known the main concepts, facts and accounting maps. [M1 and M3] - [A1 and A3] or [A] M 3] - [A1, A2 and A3] or [A]
- O3. Framing accounting thinking: theoretical framework and evolution to the current conceptual framework [M1 and M3] - [A1 and A3] or [A]
- O4. Distinguish the main concepts, facts and accounting statements. [M1, M2 and M3] - [A1, A2 and A3] or [A]
- O5. Correctly record the operations related to the company's activity(ies), taking into account compliance with tax and administrative obligations. [M1, M2 and M3] - [A1, A2 and A3] or [A]
- O6. Interpret key financial statements. [M1, M2 and M3] - [A1, A2 and A3] or [A]

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

- Costa, Carlos B. & Alves, Gabriel C, (2021). Contabilidade Financeira, 10ª edição, Rei dos Livros.
- Menezes, Carlos A. (2023). SNC - Sistema de Normalização Contabilística. Editora Almedina.
- Moreira, José A. C. (2023). Contabilidade – Informação Financeira. Edições Sílabo.
- Rodrigues, João (2024). Sistema de Normalização Contabilística Explicado, 9ª edição, Porto Editora.
- Legislação nacional sobre Normas Contabilísticas e de Relato Financeiro.
- Legislação comunitária e internacional sobre Normas Internacionais de Contabilidade.

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

Costa, Carlos B. & Alves, Gabriel C, (2021). *Contabilidade Financeira*, 10ª edição, Rei dos Livros.
Menezes, Carlos A. (2023). *SNC - Sistema de Normalização Contabilística*. Editora Almedina.
Moreira, José A. C. (2023). *Contabilidade – Informação Financeira*. Edições Sílabo.
Rodrigues, João (2024). *Sistema de Normalização Contabilística Explicado*, 9ª edição, Porto Editora.
Legislação nacional sobre Normas Contabilísticas e de Relato Financeiro.
Legislação comunitária e internacional sobre Normas Internacionais de Contabilidade.

4.2.17. Observações (PT):

Recursos específicos:

- Moodle: <https://moodle.ensinulusofona.pt/>
- Plataforma Teams.
- Internet, Biblioteca, bases de dados científicas.
- Laboratório informático com ligação à internet e vídeo projetor.
- Software Contabilidade PHC.

4.2.17. Observações (EN):

Specific resources:

- Moodle: <https://moodle.ensinulusofona.pt/>
- Teams platform.
- Internet, library, scientific databases.
- Computer laboratory with internet connection and video projector.
- PHC accounting software.

Mapa III - Direito do Marketing**4.2.1. Designação da unidade curricular (PT):**

Direito do Marketing

4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):

Marketing Law

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 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):

125.0

4.2.5. Horas de contacto:

Presencial (P) - TP-33.0; OT-1.0
Síncrona a distância (SD) - TP-9.0; OT-2.0

4.2.6. % Horas de contacto a distância:

24.44%

4.2.7. Créditos ECTS:

5.0

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

- Susana Cristina Coelho da Silva Pitta Soares - 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):

Esta unidade curricular tem os seguintes objetivos de aprendizagem:

- O1. Compreender a interseção entre Direito e Marketing.
- O2. Garantir a conformidade legal nas estratégias de marketing.
- O3. Incorporar princípios éticos no Marketing.
- O4. Identificar e mitigar riscos jurídicos.
- O5. Desenvolver conhecimentos técnicos sólidos sobre as leis e regulamentações que afetam as práticas de marketing.
- O6. Analisar campanhas de marketing e identificar potenciais infrações legais, propondo ações corretivas para assegurar conformidade com a legislação aplicável.
- O7. Planear e implementar estratégias de marketing que respeitem princípios éticos, como transparência, responsabilidade social e respeito à diversidade, promovendo confiança no consumidor.
- O8. Avaliar riscos jurídicos em práticas de marketing e desenvolver medidas preventivas para mitigar potenciais conflitos legais, reduzindo penalidades e danos à reputação.

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 has the following learning objectives:

- O1. Understand the intersection between Law and Marketing.
- O2. Ensuring legal compliance in marketing strategies.
- O3. Incorporate ethical principles into marketing.
- O4. Identify and mitigate legal risks.
- O5. Develop sound technical knowledge of the laws and regulations that affect marketing practices.
- O6. Analyze marketing campaigns and identify potential legal infringements, proposing corrective actions to ensure compliance with applicable legislation.
- O7. Plan and implement marketing strategies that respect ethical principles such as transparency, social responsibility and respect for diversity, promoting consumer confidence.
- O8. Assess legal risks in marketing practices and develop preventive measures to mitigate potential legal conflicts, reducing penalties and reputational damage.

4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):

1. Introdução ao Direito de Marketing: Conceito de Direito de Marketing. A importância da interseção entre Direito e Marketing. Principais áreas jurídicas que impactam o marketing.
2. Legislação Nacional e Internacional Aplicável: Código da Publicidade. Lei da Defesa do Consumidor. Lei de Comércio Eletrónico. Diretivas sobre práticas comerciais desleais (Diretiva 2005/29/EC). European Sustainability Reporting Standards. Lei CAN-SPAM (EUA) e as Normas ISO sobre privacidade no marketing.
3. Ética no Marketing: Princípios éticos no marketing. Responsabilidade social corporativa no marketing.
4. Privacidade e Proteção de Dados no Marketing Digital: O RGPD aplicado ao marketing.
5. Concorrência Desleal e Publicidade Comparativa: Definição e análise de práticas desleais no marketing. Limites legais para publicidade.
6. Resolução de Conflitos e Sanções: Procedimentos legais para resolver disputas relacionadas ao marketing. Exemplos práticos de litígios e suas resoluções.

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):

1. Introduction to Marketing Law: Concept of Marketing Law. The importance of the intersection between Law and Marketing. Main legal areas that impact marketing.
2. Applicable National and International Legislation: Advertising Code. Consumer Protection Law. Electronic Commerce Law. Directives on unfair commercial practices (Directive 2005/29/EC). European Sustainability Reporting Standards. CAN-SPAM Act (USA) and ISO Standards on privacy in marketing.
3. Ethics in Marketing: Ethical principles in marketing. Corporate social responsibility in marketing.
4. Privacy and Data Protection in Digital Marketing: The GDPR applied to marketing.
5. Unfair Competition and Comparative Advertising: Definition and analysis of unfair practices in marketing. Legal limits on advertising.
6. Dispute resolution and sanctions: Legal procedures for resolving marketing-related disputes. Practical examples of disputes and their resolution.

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

1. *Introdução ao Direito de Marketing.* [O1]
2. *Legislação Nacional e Internacional Aplicável.* [O1, O2, O5, O6, O7, O8]
3. *Ética no Marketing.* [O3, O5, O6, O7, O8]
4. *Privacidade e Proteção de Dados no Marketing Digital.* [O1, O2, O3; O4, O5, O6, O7, O8]
5. *Concorrência Desleal e Publicidade Comparativa.* [O1, O2, O3; O4, O5, O6, O7, O8]
6. *Resolução de Conflitos e Sanções.* [O1, O2, O3; O4, O5, O6, O7, O8]

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

1. *Introduction to Marketing Law.* [O1]
2. *Applicable National and International Legislation.* [O1, O2, O5, O6, O7, O8]
3. *Ethics in Marketing.* [O3, O5, O6, O7, O8]
4. *Privacy and Data Protection in Digital Marketing.* [O1, O2, O3; O4, O5, O6, O7, O8]
5. *Unfair Competition and Comparative Advertising.* [O1, O2, O3; O4, O5, O6, O7, O8]
6. *Conflict resolution and sanctions.* [O1, O2, O3; O4, O5, O6, O7, O8]

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

A metodologia articula-se entre as atividades a desenvolver em cada um dos momentos (síncrono a distância, presencial e autónomo pelos estudantes). Nas sessões a distância desenvolvem-se os níveis taxonómicos do conhecimento e compreensão, enquanto nas sessões presenciais são aprofundados os temas atingindo-se os níveis de aplicação, aplicação, análise, síntese e avaliação. Assim temos:

Síncrona a distância:

M1. Apresentação dos conteúdos através de métodos expositivo e ativo.

M2. Desenvolvimento e aprofundamento dos conteúdos através de exercícios de aplicação formativa.

Presencial:

M3. Metodologias ativas: Aplicação prática através de exercícios e trabalhos práticos em contexto de sala de aula. Análise e discussão de casos de estudo propostos pelo docente.

Autónoma:

M4. Leitura da bibliografia recomendada. Discussão/Resolução de casos práticos que não tenha resolvido durante as aulas práticas e outros propostos pelo docente.

Todos os elementos de apoio pedagógico, são disponibilizados através da plataforma Moodle.

O docente dá feedback (Orientação Tutorial – OT) sobre os resultados obtidos pelo estudante na resolução dos problemas propostos, presencialmente em contexto de sala de aula ou a distância em modo assíncrono através da plataforma Moodle.

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

The methodology is based on the articulation between the activities to be developed at each stage (synchronous distance learning, face-to-face and autonomous by the students). In the distance sessions, the taxonomic levels of knowledge and understanding are developed, while in the face-to-face sessions, the topics are explored in greater depth, reaching the levels of application, analysis, synthesis and evaluation. So there you have it:

Synchronous distance learning:

M1. Presentation of content using expository and active methods.

M2. Development and deepening of content through formative application exercises.

Face-to-face:

M3. Active methodologies: Practical application through exercises and practical work in the classroom. Analysis and discussion of case studies proposed by the lecturer.

Autonomous:

M4. Reading the recommended bibliography. Discussion/resolution of practical cases not solved during practical lessons and others proposed by the lecturer.

All pedagogical support elements are made available via the Moodle platform.

The teacher gives feedback (Tutorial Guidance - OT) on the results obtained by the student in solving the proposed problems, in person in the classroom or remotely in asynchronous mode via the Moodle platform.

4.2.14. Avaliação (PT):

Avaliação Curricular (contínua):

Esta modalidade de avaliação é constituída por:

A1. *Portfólio de trabalhos/exercícios de aula (individual).*

A2. *Trabalho prático (grupo). Relatório escrito e apresentação e discussão em aula.*

A3. *Teste final teórico/prático (individual). Teste escrito.*

A classificação final é calculada através da fórmula Classificação Final = $0,2 \cdot A1 + 0,4 \cdot A2 + 0,4 \cdot A3$.

O estudante é aprovado se obtiver classificação igual ou superior a 9,5 valores.

A classificação mínima na avaliação curricular (contínua) é a seguinte:

- *Portfólio de trabalhos/exercícios de aula (individual): 10 valores*

- *Trabalho prático (grupo): 10 valores*

- *Teste teórico/prático – no final do semestre (individual): 8 valores.*

A avaliação dos trabalhos práticos em grupo, inclui a avaliação individual dos estudantes que terá uma ponderação de 40% na classificação do estudante nessa componente.

Avaliação Final ou em Época de Recurso ou Época Especial (A):

Hipótese 1:

A1. *Portfólio de trabalhos/exercícios de aula (individual). O estudante realizou estes exercícios e obteve classificação positiva: mantém essa nota que será considerada em qualquer das épocas de avaliação.*

A2. *Trabalho prático (grupo). O estudante participou no trabalho de grupo e obteve classificação positiva na componente individual: mantém a nota que será considerada nestas épocas de avaliação.*

A3. *Teste teórico/prático (individual). O estudante realiza este Teste escrito em qualquer das épocas em que se submeta a avaliação.*

A classificação final é calculada através da seguinte fórmula utilizada na avaliação curricular contínua.

Hipótese 2:

O estudante não realizou os exercícios em sala ou realizou e obteve classificação negativa, e/ou não participou no trabalho de grupo ou participando obteve classificação negativa na componente de avaliação individual.

Avaliação Final, Avaliação em Época de Recurso/Especial (A): O estudante realiza o exame teórico-prático escrito (A=100%) e é aprovado se obtiver uma classificação igual ou superior a 9,5 valores em 20.

4.2.14. Avaliação (EN):

Curricular assessment (continuous):

This assessment modality consists of:

A1. *Portfolio of class work/exercises (individual).*

A2. *Practical work (group). Written report and presentation and discussion in class.*

A3. *Final theoretical/practical test (individual). Written test.*

The final grade is calculated using the formula Final Grade = $0,2 \cdot A1 + 0,4 \cdot A2 + 0,4 \cdot A3$.

The student is approved if they obtain a mark of 9.5 or more.

The minimum classification in the curricular assessment (continuous) is as follows:

- *Portfolio of class work/exercises (individual): 10 marks*

- *Practical work (group): 10 marks*

- *Theoretical/practical test - at the end of the semester (individual): 8 marks.*

The assessment of group practical work includes the individual assessment of students, which will have a weighting of 40 per cent in the student's classification in this component.

Final assessment or in the Appeal Period or Special Period (A):

Hypothesis 1:

A1. *Portfolio of class work/exercises (individual). The student has completed these exercises and obtained a positive mark: they keep this mark and it will be taken into account in any of the assessment periods.*

A2. *Practical work (group). The student took part in the group work and obtained a positive mark in the individual component: the mark will be kept and will be taken into account in these assessment periods.*

A3. *Theoretical/practical test (individual). The student takes this written test in any of the assessment periods.*

The final grade is calculated using the following formula used in continuous curricular assessment.

Hypothesis 2:

The student has not done the exercises in class or has done them and obtained a negative mark, and/or has not taken part in the group work or has obtained a negative mark in the individual assessment component.

Final Assessment, Assessment in Appeal/Special Season (A): The student takes the written theoretical-practical exam (A=100%) and is approved if they obtain a mark equal to or greater than 9.5 out of 20.

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

A coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da Unidade curricular é demonstrada através das seguintes relações:

- O1. Compreender a interseção entre Direito e Marketing. [M1, M2, M3 M4] – [A1, A2 A3] ou [A]
- O2. Garantir a conformidade legal nas estratégias de marketing. [M1, M2, M3 M4] – [A1, A2 A3] ou [A]
- O3. Incorporar princípios éticos no Marketing. [M1, M2, M3 M4] – [A1, A2 A3] ou [A]
- O4. Identificar e mitigar riscos jurídicos. [M1, M2, M3 M4] – [A1, A2 A3] ou [A]
- O5. Desenvolver conhecimentos técnicos sólidos sobre as leis e regulamentações que afetam as práticas de marketing. [M1, M2, M3 M4] – [A1, A2 A3] ou [A]
- O6. Analisar campanhas de marketing e identificar potenciais infrações legais, propondo ações corretivas para assegurar conformidade com a legislação aplicável. [M1, M2, M3 M4] – [A1, A2 A3] ou [A]
- O7. Planear e implementar estratégias de marketing que respeitem princípios éticos, como transparência, responsabilidade social e respeito à diversidade, promovendo confiança no consumidor. [M1, M2, M3 M4] – [A1, A2 A3] ou [A]
- O8. Avaliar riscos jurídicos em práticas de marketing e desenvolver medidas preventivas para mitigar potenciais conflitos legais, reduzindo penalidades e danos à reputação. [M1, M2, M3 M4] – [A1, A2 A3] ou [A]

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

The consistency of the teaching and assessment methodologies with the learning objectives of the curricular unit is demonstrated by the following relationships:

- O1. Understand the intersection between Law and Marketing. [M1, M2, M3 M4] - [A1, A2 A3] or [A]
- O2. Ensure legal compliance in marketing strategies. [M1, M2, M3 M4] - [A1, A2 A3] or [A]
- O3. Incorporate ethical principles into marketing. [M1, M2, M3 M4] - [A1, A2 A3] or [A]
- O4. Identify and mitigate legal risks. [M1, M2, M3 M4] - [A1, A2 A3] or [A]
- O5. Develop sound technical knowledge of the laws and regulations that affect marketing practices. [M1, M2, M3 M4] - [A1, A2 A3] or [A]
- O6. Analyse marketing campaigns and identify potential legal infringements, proposing corrective actions to ensure compliance with applicable legislation. [M1, M2, M3 M4] - [A1, A2 A3] or [A]
- O7. Plan and implement marketing strategies that respect ethical principles such as transparency, social responsibility and respect for diversity, promoting consumer confidence. [M1, M2, M3 M4] - [A1, A2 A3] or [A]
- O8. Assess legal risks in marketing practices and develop preventive measures to mitigate potential legal conflicts, reducing penalties and reputational damage. [M1, M2, M3 M4] - [A1, A2 A3] or [A]

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

- Gonçalves, M. E. (2024). *Ciberdireito - Liberdades, Direitos e Regulação na Era Digital*. Almedina.
- Leitão, J. P. (2024). *O Impacto da Inteligência Artificial nos Direitos do Titular de Dados Pessoais: O Caso ChatGPT*. Almedina.
- Moniz, G. C. (2023). *Manual de Introdução à Proteção de Dados Pessoais*. Almedina.
- Schwalbach, J. G. (2021). *Direito Digital*. Almedina.
- Spinello, R. A., & Tavani, H. T. (2023). *Ethics and Technology: Controversies, Questions, and Strategies for Ethical Computing*. Wiley.
- European Union (2016). *General Data Protection Regulation (GDPR)*. Disponível online.

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

- Gonçalves, M. E. (2024). *Ciberdireito - Liberdades, Direitos e Regulação na Era Digital*. Almedina.
- Leitão, J. P. (2024). *O Impacto da Inteligência Artificial nos Direitos do Titular de Dados Pessoais: O Caso ChatGPT*. Almedina.
- Moniz, G. C. (2023). *Manual de Introdução à Proteção de Dados Pessoais*. Almedina.
- Schwalbach, J. G. (2021). *Direito Digital*. Almedina.
- Spinello, R. A., & Tavani, H. T. (2023). *Ethics and Technology: Controversies, Questions, and Strategies for Ethical Computing*. Wiley.
- European Union (2016). *General Data Protection Regulation (GDPR)*. Disponível online.

4.2.17. Observações (PT):

Recursos específicos:

- Moodle: <https://moodle.ensinolusofona.pt/>
- Plataforma Teams.
- Internet, Biblioteca, bases de dados científicas.

4.2.17. Observações (EN):*Specific resources:*

- Moodle: <https://moodle.ensinolusofona.pt/>
- Teams platform.
- Internet, library, scientific databases.

Mapa III - Economia da Empresa**4.2.1. Designação da unidade curricular (PT):***Economia da Empresa***4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):***Business Economy***4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (PT):***GAD***4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (EN):***MAD***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):***125.0***4.2.5. Horas de contacto:***Presencial (P) - TP-33.0; OT-1.0**Síncrona a distância (SD) - TP-9.0; OT-2.0***4.2.6. % Horas de contacto a distância:***24.44%***4.2.7. Créditos ECTS:***5.0***4.2.8. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular:**

- Sandra Maria Morgadinho Pacheco - 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):***Esta unidade curricular tem os seguintes objetivos de aprendizagem:*

- O1. Dar a conhecer os fundamentos da ciência económica e os grandes agregados macroeconómicos.
- O2. Explicar como os conceitos podem ser aplicados a um conjunto de problemas económicos.
- O3. Desenvolver a perceção da utilidade dos modelos económicos na compreensão da economia.
- O4. Analisar a lei da oferta e da procura.
- O5. Interpretar a teoria do comportamento do consumidor.
- O6. Interpretar a teoria da empresa.
- O7. Distinguir estruturas de mercado.

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 has the following learning objectives:

- O1. To familiarise students with the fundamentals of economic science and the major macroeconomic aggregates.*
- O2. Explain how the concepts can be applied to a range of economic problems.*
- O3. To develop an understanding of the usefulness of economic models in understanding the economy.*
- O4. Analyse the law of supply and demand.*
- O5. Interpret the theory of consumer behaviour.*
- O6. Interpret the theory of the firm.*
- O7. Distinguish between market structures.*

4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):

- 1. Fundamentos da Economia e seu Impacto nas Empresas: Agregados e indicadores macroeconômicos. A importância da economia na sociedade e nas organizações. Relação entre economia e gestão empresarial.*
- 2. Mecânica do Mercado: Procura e Oferta: Funcionamento dos mercados e a interação entre procura e oferta. Determinantes da procura e da oferta. Equilíbrio de mercado. Elasticidades.*
- 3. Comportamento do Consumidor e Estratégias Empresariais: Restrição orçamental Preferências e utilidade na definição de produtos e serviços.*
- 4. Economia da Empresa: Produção e Custos. Teoria da produção. Análise dos custos empresariais e sua relação com a tomada de decisão.*
- 5. Estruturas de Mercado: Concorrência Perfeita; Concorrência Imperfeita; Monopólio.*

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):

- 1. Fundamentals of Economics and its Impact on Companies: Macroeconomic aggregates and indicators. The importance of economics in society and organisations. The relationship between economics and business management.*
- 2. Market Mechanics: Demand and Supply: How markets work and the interaction between demand and supply. Determinants of demand and supply. Market equilibrium. Elasticities.*
- 3. Consumer Behaviour and Business Strategies: Budget constraints Preferences and utility in the definition of products and services.*
- 4. Business Economics: Production and Costs. Production theory. Analysing business costs and their relationship with decision-making.*
- 5. Market Structures: Perfect Competition; Imperfect Competition; Monopoly.*

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

Os conteúdos programáticos estão em estreita ligação com os objetivos conforme se mostra na correspondência.

- 1. Fundamentos da Economia e seu Impacto nas Empresas: Agregados e indicadores macroeconômicos. A importância da economia na sociedade e nas organizações. Relação entre economia e gestão empresarial. [O1]*
- 2. Mecânica do Mercado: Procura e Oferta: Funcionamento dos mercados e a interação entre procura e oferta. Determinantes da procura e da oferta. Equilíbrio de mercado. Elasticidades. [O1, O2, O3, O4]*
- 3. Comportamento do Consumidor e Estratégias Empresariais: Restrição orçamental Preferências e utilidade na definição de produtos e serviços. [O1, O2, O3, O5]*
- 4. Economia da Empresa: Produção e Custos. Teoria da produção. Análise dos custos empresariais e sua relação com a tomada de decisão. [O1, O2, O3, O6]*
- 5. Estruturas de Mercado: Concorrência Perfeita; Concorrência Imperfeita; Monopólio. [O1, O2, O3, O7]*

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

The programme contents are closely linked to the objectives as shown in the correspondence.

- 1. Fundamentals of Economics and its Impact on Companies: Macroeconomic aggregates and indicators. The importance of economics in society and organisations. The relationship between economics and business management. [O1]*
- 2. Market Mechanics: Demand and Supply: How markets work and the interaction between demand and supply. Determinants of demand and supply. Market equilibrium. Elasticities. [O1, O2, O3, O4]*
- 3. Consumer Behaviour and Business Strategies: Budget constraints Preferences and utility in the definition of products and services. [O1, O2, O3, O5]*
- 4. Business Economics: Production and Costs. Production theory. Analysing business costs and their relationship with decision-making. [O1, O2, O3, O6]*
- 5. Market Structures: Perfect Competition; Imperfect Competition; Monopoly. [O1, O2, O3, O7]*

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

A metodologia articula-se entre as atividades a desenvolver em cada um dos momentos (síncrono a distância, presencial e autónomo pelos estudantes). Esta articulação possibilita que se atinjam todos os objetivos propostos conjugando conhecimentos, aptidões e competências. Assim temos:

Síncrono a Distância:

M1. Método expositivo para introduzir os conceitos e estruturar o raciocínio combinado como o método interrogativo para a consolidação da aprendizagem, na vertente teórica de cada capítulo atingindo-se assim os objetivos direcionados para a aquisição de conhecimentos e a sua compreensão.

Presencial:

M2. Método demonstrativo para a exemplificação prática dos conteúdos e ainda Metodologias Pedagógicas Ativas com aplicação de Estudo de Caso/problema. Com estas estratégias atingem-se os níveis taxonómicos da aplicação, análise, síntese e avaliação.

Autónoma:

M3. Consolidação dos conteúdos lecionados em aula através de pesquisa de informação adicional sobre as diferentes temáticas abordadas e desenvolvimento de trabalho suplementar proposto pelo docente. Os estudantes submetem os trabalhos suplementares na plataforma Moodle.

O docente dá feedback (Orientação Tutorial – OT) sobre os resultados obtidos pelo estudante na resolução dos estudos de caso e na resolução do trabalho suplementar proposto, presencialmente em contexto de sala de aula ou a distância em modo assíncrono através da plataforma Moodle.

Complementarmente, os estudantes podem interagir com o tutor virtual Philix.ai integrado na plataforma LMS Moodle.

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

The methodology is articulated between the activities to be carried out at each stage (synchronous at a distance, face-to-face and autonomous by the students). This articulation makes it possible to achieve all the proposed objectives by combining knowledge, skills and competences. Thus we have

Synchronous distance learning:

M1. Expository method to introduce concepts and structure reasoning combined with the interrogative method to consolidate learning, in the theoretical aspect of each chapter, thus achieving the objectives aimed at acquiring knowledge and understanding it.

Face-to-face:

M2. Demonstrative method for the practical exemplification of the contents and also Active Pedagogical Methodologies with the application of Case Studies/Problems. These strategies achieve the taxonomic levels of application, analysis, synthesis and evaluation.

Autonomous:

M3. Consolidation of the content taught in class by researching additional information on the different topics covered and developing additional work proposed by the teacher. Students submit supplementary work on the Moodle platform.

The lecturer gives feedback (Tutorial Guidance - OT) on the results obtained by the student in solving the case studies and the supplementary work proposed, in person in the classroom or remotely in asynchronous mode via the Moodle platform.

In addition, students can interact with the virtual tutor Philix.ai integrated into the LMS Moodle platform.

4.2.14. Avaliação (PT):

Avaliação Curricular (contínua):

A1. Exercício/teste de avaliação individual. Teste escrito.

A2. Trabalho em grupo. Consiste num documento escrito submetido na plataforma Moodle e apresentado e discutido em aula.

A classificação final é calculada através da fórmula $\text{Classificação Final} = 0,4 \cdot A1 + 0,6 \cdot A2$.

O estudante é aprovado se a classificação final for igual ou superior a 9,5 valores em 20.

A classificação mínima na avaliação curricular (contínua) é a seguinte:

- Exercício/teste de avaliação individual. 8 valores

- Trabalho em grupo: 10 valores

A avaliação dos trabalhos práticos em grupo, inclui a avaliação individual dos estudantes que terá uma ponderação de 40% na classificação do estudante nessa componente.

Avaliação Final / Avaliação em Época de Recurso/Especial (A):

Hipótese 1:

A2. Trabalho em grupo. O estudante participou no trabalho de grupo e obteve classificação positiva na componente individual: mantém a nota que será considerada nestas épocas de avaliação.

A1. Teste teórico/prático (individual). O estudante realiza este Teste escrito em qualquer das épocas em que se submeta a avaliação.

A classificação final é calculada através da fórmula prevista na avaliação Curricular (contínua).

Hipótese 2:

O estudante não participou no trabalho de grupo ou participando obteve classificação negativa na componente de avaliação individual.

Avaliação Final, Avaliação em Época de Recurso/Especial (A): O estudante realiza o exame teórico-prático escrito ($A=100\%$) e é aprovado se obtiver uma classificação igual ou superior a 9,5 valores em 20.

4.2.14. Avaliação (EN):

Curricular assessment (continuous):

A1. Individual assessment exercise/test. Written test.

A2. Group work. Consists of a written document submitted on the Moodle platform and presented and discussed in class.

The final grade is calculated using the formula $\text{Final Grade} = 0,4 \cdot A1 + 0,6 \cdot A2$.

The student is approved if the final grade is equal to or greater than 9.5 out of 20.

The minimum classification in the curricular assessment (continuous) is as follows:

- Individual assessment exercise/test. 8 marks

- Group work: 10 marks

The assessment of the practical group work includes the students' individual assessment, which will have a weighting of 40 per cent in the student's classification in this component.

Final Assessment / Assessment in Appeal/Special Period (A):

Hypothesis 1:

A2. Group work. The student took part in the group work and obtained a positive mark in the individual component: the mark that will be taken into account in these assessment periods is maintained.

A1. Theoretical/practical test (individual). The student takes this written test in any of the assessment periods.

The final mark is calculated using the formula laid down in the Curricular assessment (continuous).

Hypothesis 2:

The student did not take part in the group work or, if they did, obtained a negative mark in the individual assessment component.

Final Assessment, Assessment in Appeal/Special Season (A): The student takes the written theoretical-practical exam ($A=100\%$) and is approved if they obtain a mark equal to or greater than 9.5 out of 20.

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

A coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da Unidade curricular é demonstrada através das seguintes relações:

O1. Dar a conhecer os fundamentos da ciência económica e os grandes agregados macroeconómicos. [M1, M2, M3] – [A1] ou [A]

O2. Explicar como os conceitos podem ser aplicados a um conjunto de problemas económicos. [M1, M2, M3] – [A1] ou [A]

O3. Desenvolver a perceção da utilidade dos modelos económicos na compreensão da economia. [M1, M2, M3] – [A1] ou [A]

O4. Analisar a lei da oferta e da procura. [M1, M2, M3] – [A1, A2] ou [A]

O5. Interpretar a teoria do comportamento do consumidor. [M1, M2, M3] – [A1, A2] ou [A]

O6. Interpretar a teoria da empresa. [M1, M2, M3] – [A1, A2] ou [A]

O7. Distinguir estruturas de mercado. [M1, M2, M3] – [A1, A2] ou [A]

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

The consistency of the teaching and assessment methodologies with the learning objectives of the curricular unit is demonstrated by the following relationships:

- O1. To familiarise students with the fundamentals of economic science and the major macroeconomic aggregates. [M1, M2, M3] - [A1] or [A]
 O2. Explain how the concepts can be applied to a range of economic problems. [M1, M2, M3] - [A1] or [A]
 O3. Develop an understanding of the usefulness of economic models in understanding the economy. [M1, M2, M3] - [A1] or [A]
 O4. Analyse the law of supply and demand. [M1, M2, M3] - [A1, A2] or [A]
 O5. Interpret the theory of consumer behaviour. [M1, M2, M3] - [A1, A2] or [A]
 O6. Interpret the theory of the firm. [M1, M2, M3] - [A1, A2] or [A]
 O7. Distinguish between market structures. [M1, M2, M3] - [A1, A2] or [A]

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

Araújo, F. (2022). *Introdução à Economia - Volume II - Microeconomia Aplicada e Macroeconomia (4ª ed.)*. AAFDL Editora / Imprensa FDUL.
 Araújo, F. (2023). *Introdução à Economia Volume I - Introdução e Microeconomia (4ª ed.)*. AAFDL Editora / Imprensa FDUL.
 Fernandes, A. et al., (2023). *Introdução à Economia, Edições Sílabo*.
 Morgado, A.J. & Ferreira, P. (2021). *Princípios de Microeconomia. Rei dos Livros*.

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

Araújo, F. (2022). *Introdução à Economia - Volume II - Microeconomia Aplicada e Macroeconomia (4ª ed.)*. AAFDL Editora / Imprensa FDUL.
 Araújo, F. (2023). *Introdução à Economia Volume I - Introdução e Microeconomia (4ª ed.)*. AAFDL Editora / Imprensa FDUL.
 Fernandes, A. et al., (2023). *Introdução à Economia, Edições Sílabo*.
 Morgado, A.J. & Ferreira, P. (2021). *Princípios de Microeconomia. Rei dos Livros*.

4.2.17. Observações (PT):

Recursos específicos:

- Moodle: <https://moodle.ensinolusofona.pt/>
- Plataforma Teams.
- Internet, Biblioteca, bases de dados científicas.

4.2.17. Observações (EN):

Specific resources:

- Moodle: <https://moodle.ensinolusofona.pt/>
- Teams platform.
- Internet, library, scientific databases.

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

Estágio

4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):

Internship

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

MKT

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

MKT

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):***300.0***4.2.5. Horas de contacto:***Presencial (P) - E-200.0; OT-15.0**Síncrona a distância (SD) - OT-15.0***4.2.6. % Horas de contacto a distância:***6.52%***4.2.7. Créditos ECTS:***12.0***4.2.8. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular:**

- Rui Manuel Robalo Frade - 30.0h

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

- Ana Filipa Vieira Lopes Joaquim - 30.0h
- João Paulo Résio Farinha - 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):*Esta unidade curricular tem os seguintes objetivos de aprendizagem:**O1. Dominar os métodos e técnicas de investigação e sua aplicação na resolução de problemas.**O2. Demonstrar conhecimentos integrados de marketing e sua aplicação para a resolução de problemas concretos.**O3. Aplicar os seus conhecimentos e a sua capacidade de compreensão na resolução de problemas em situações novas e não familiares.**O4. Comunicar as conclusões, conhecimentos e raciocínios subjacentes aos trabalhos desenvolvidos, apresentando e justificando as opções tomadas para a concretização desses trabalhos.**O5. Demonstrar capacidade de trabalho em equipa.**O6. Elaborar relatórios de estágio.***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 has the following learning objectives:**O1. Master research methods and techniques and apply them to problem-solving.**O2. Demonstrate integrated knowledge of marketing and its application to solving concrete problems.**O3. Apply their knowledge and comprehension skills to solve problems in new and unfamiliar situations.**O4. Communicate the conclusions, knowledge and reasoning behind the work carried out, presenting and justifying the choices made in carrying out this work.**O5. Demonstrate teamwork skills.**O6. Draw up internship reports.***4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):***1. Princípios da Integridade académica, códigos de ética e plágio.**2. A construção do plano de estágio: Objetivos. Tarefas. Calendarização.**3. O desenvolvimento do estágio.**4. A redação do relatório de estágio: A fundamentação teórica. As tarefas realizadas.**5. Apresentação e discussão do relatório de estágio.***4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):***1. Principles of academic integrity, codes of ethics and plagiarism.**2. Building the internship plan: Objectives. Tasks. Timetable.**3. The development of the internship.**4. Writing the internship report: The theoretical basis. The tasks carried out.**5. Presentation and discussion of the internship report.*

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

Os conteúdos programáticos estão em estreita ligação com os objetivos conforme se mostra na correspondência.

1. Princípios da Integridade académica, códigos de ética e plágio. [O1, O2, O3, O4, O5, O6]
2. A construção do plano de estágio: Objetivos. Tarefas. Calendarização. [O1, O2, O3, O4, O5, O6]
3. O desenvolvimento do estágio. [O1, O2, O3, O4, O5, O6]
4. A redação do relatório de estágio: A fundamentação teórica. As tarefas realizadas. [O1, O2, O3, O4, O5, O6]
5. Apresentação e discussão do relatório de estágio. [O1, O2, O3, O4, O5, O6]

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

The syllabus is closely linked to the objectives, as shown in the correspondence.

1. Principles of academic integrity, codes of ethics and plagiarism. [O1, O2, O3, O4, O5, O6]
2. Building the internship plan: Objectives. Tasks. Timetable. [O1, O2, O3, O4, O5, O6]
3. The development of the internship. [O1, O2, O3, O4, O5, O6]
4. Writing the internship report: The theoretical basis. The tasks carried out. [O1, O2, O3, O4, O5, O6]
5. Presentation and discussion of the internship report. [O1, O2, O3, O4, O5, O6]

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

M1. A metodologia de acompanhamento do estágio será da responsabilidade do orientador, mas, regra geral, consistirá em reuniões (Orientação tutorial) com uma periodicidade adequada ao trabalho/estudante em questão.

M2. Adicionalmente, o orientador poderá exigir ao estudante um conjunto de relatórios intermédios como mais uma forma de controlar o cumprimento de todas as etapas e tarefas previstas.

M3. Leitura da bibliografia recomendada. Que servirá de base para a elaboração do relatório final de estágio.

No final, o estudante deverá redigir um relatório final envolvendo o trabalho realizado.

O docente responsável pela orientação tutorial (OT) do estágio desenvolve essa orientação através de sessões periódicas com o estudante. Estas sessões podem ser realizadas presencialmente ou em modo síncrono a distância através da plataforma Zoom.

A plataforma Moodle é utilizada pelos docentes orientadores para realizar os processos de interação assíncrona com os estudantes, para disponibilizar materiais de apoio, dar feedback sobre as atividades desenvolvidas pelos estudantes.

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

M1. The methodology for monitoring the internship will be the responsibility of the supervisor, but as a general rule it will consist of meetings (tutorial guidance) with a frequency appropriate to the work/student in question.

M2. In addition, the supervisor may require the student to submit a set of intermediate reports as another way of checking that all the planned stages and tasks have been completed.

M3. Reading the recommended bibliography. This will serve as the basis for writing the final internship report.

At the end, the student must write a final report on the work carried out.

The teacher responsible for the internship's tutorial orientation (OT) carries out this orientation through periodic sessions with the student. These sessions can be held in person or synchronously at a distance via the Zoom platform.

The Moodle platform is used by the supervising teachers to carry out asynchronous interaction processes with the students, to provide support materials and to give feedback on the activities carried out by the students.

4.2.14. Avaliação (PT):

Os estudantes podem entregar o relatório final do estágio em qualquer das épocas previstas:

- a. Época de avaliação final
- b. Época de recurso
- c. Época especial

A avaliação é efetuada conforme previsto no regulamento geral de avaliação dos cursos de 1.º ciclo. Assim, o relatório final do estágio será apresentado perante um júri de que fará parte o/a Diretor/a de Curso, o/a docente orientador/a e um/a docente da área científica, nomeado para o efeito, que exercerá a função de arguente. Nos casos de impedimento do/a Diretor/a de Curso ou quando este/a seja o/a orientador/a do estágio, será nomeado outro/a docente do ciclo de estudos para integrar o júri.

O júri da defesa do relatório de estágio delibera sobre a classificação final a atribuir, na escala numérica de 0 a 20 valores, sendo necessária uma nota mínima de 9.5 valores para aprovação à unidade curricular.

4.2.14. Avaliação (EN):

Students can submit their final internship report at any of the scheduled times:

- a. Final assessment season
- b. Appeal period
- c. Special season

Assessment is carried out in accordance with the general assessment regulations for 1st cycle courses. Thus, the final internship report will be presented before a jury made up of the Course Director, the supervising teacher and a teacher from the scientific area, appointed for the purpose, who will act as examiner. If the Course Director is unable to attend or is the supervisor of the internship, another teacher from the study cycle will be appointed to sit on the jury.

The jury for the defense of the internship report decides on the final grade to be awarded, on a numerical scale of 0 to 20, with a minimum grade of 9.5 being required 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):

As metodologias de ensino-aprendizagem e os métodos de avaliação preconizados serão promotores da aprendizagem, incentivando o desenvolvimento de competências técnicas específicas acompanhadas do desenvolvimento de competências e atitudes pessoais, comunicacionais e relacionais, estando assim, intimamente relacionadas e articuladas com os objetivos de aprendizagem estipulados.

O1. Dominar os métodos e técnicas de investigação e sua aplicação na resolução de problemas. [M1, M2 e M3] - [Avaliação do Relatório de estágio]

O2. Demonstrar conhecimentos integrados da área científica do marketing sua aplicação para a resolução de problemas concretos. [M1, M2 e M3] - [Avaliação do Relatório de estágio]

O3. Aplicar os seus conhecimentos e a sua capacidade de compreensão na resolução de problemas em situações novas e não familiares. [M1, M2 e M3] - [Avaliação do Relatório de estágio]

O4. Comunicar as conclusões, conhecimentos e raciocínios subjacentes aos trabalhos desenvolvidos, apresentando e justificando as opções tomadas para a concretização desses trabalhos. [M1, M2 e M3] - [Avaliação do Relatório de estágio]

O5. Demonstrar capacidade de trabalho em equipa. [M1, M2 e M3] - [Avaliação do Relatório de estágio]

O6. Elaborar relatórios de estágio. [M1, M2 e M3] - [Avaliação do Relatório de estágio]

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

The teaching-learning methodologies and assessment methods advocated will promote learning, encouraging the development of specific technical skills accompanied by the development of personal, communicational and relational skills and attitudes, thus being closely related and articulated with the stipulated learning objectives.

O1. Master research methods and techniques and apply them to problem-solving. [M1, M2 and M3] - [Assessment of the Internship Report]

O2. Demonstrate integrated knowledge of the scientific area of marketing and its application to solving specific problems. [M1, M2 and M3] - [Assessment of the Internship Report]

O3. Apply their knowledge and comprehension skills to solve problems in new and unfamiliar situations. [M1, M2 and M3] - [Assessment of the Internship Report]

O4. Communicate the conclusions, knowledge and reasoning behind the work carried out, presenting and justifying the choices made in carrying out this work. [M1, M2 and M3] - [Assessment of the internship report]

O5. Demonstrate teamwork skills. [M1, M2 and M3] - [Assessment of the internship report]

O6. Prepare internship reports. [M1, M2 and M3] - [Internship report assessment]

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

Artigos, livros, revistas e jornais científicos que estejam relacionados com a área/tema do estágio.

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

Articles, books, magazines and scientific journals that are related to the area/theme of the internship.

4.2.17. Observações (PT):

Recursos específicos:

- Moodle: <https://moodle.ensinolusofona.pt/>
- Plataforma Teams.
- Internet, Biblioteca, bases de dados científicas.

4.2.17. Observações (EN):

Specific resources:

- Moodle: <https://moodle.ensinolusofona.pt/>
- Teams platform.
- Internet, library, scientific databases

Mapa III - Estatística Aplicada ao Marketing**4.2.1. Designação da unidade curricular (PT):***Estatística Aplicada ao Marketing***4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):***Statistics Applied to Marketing***4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (PT):***MAT***4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (EN):***MAT***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):***125.0***4.2.5. Horas de contacto:***Presencial (P) - TP-18.0; PL-15.0; OT-1.0**Síncrona a distância (SD) - TP-9.0; OT-2.0***4.2.6. % Horas de contacto a distância:***24.44%***4.2.7. Créditos ECTS:***5.0***4.2.8. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular:***• Maria de Fátima Alves de Pina - 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):***Esta unidade curricular tem os seguintes objetivos de aprendizagem:*

- O1. Dotar os estudantes dos conhecimentos que lhes permitam analisar dados aplicando as metodologias da estatística descritiva.*
- O2. Apresentar os conceitos fundamentais sobre a teoria das probabilidades.*
- O3. Dotar os estudantes de conhecimentos sobre a linguagem das probabilidades e da estatística.*
- O4. Ler e interpretar corretamente documentos que façam uso da linguagem estatística básica.*
- O5. Formular problemas práticos e expressar situações práticas usando a linguagem da teoria das probabilidades e da estatística.*
- O6. Ler e interpretar corretamente documentos que façam uso da linguagem probabilística e estatística.*
- O7. Formular problemas práticos e expressar situações práticas usando a linguagem da teoria das probabilidades e da estatística.*
- O8. Utilizar software estatístico e interpretar os outputs resultantes da aplicação de métodos de estatística descritiva.*

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 has the following learning objectives:

- O1. Provide students with the knowledge to analyse data using descriptive statistics methodologies.
- O2. To present the fundamental concepts of probability theory.
- O3. Provide students with knowledge of the language of probability and statistics.
- O4. Read and correctly interpret documents using basic statistical language.
- O5. Formulate practical problems and express practical situations using the language of probability theory and statistics.
- O6. Correctly read and interpret documents using probabilistic and statistical language.
- O7. Formulate practical problems and express practical situations using the language of probability theory and statistics.
- O8. Use statistical software and interpret the outputs resulting from the application of descriptive statistical methods.

4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):

1. Estatística descritiva: Conceitos básicos: população, atributo, modalidades e amostra. Escalas de medida de dados estatísticos. Frequências absolutas e relativas. Frequências acumuladas. Medidas de tendência central. Medidas de dispersão. Medidas de assimetria e curtose.
2. Teoria de probabilidades: Conceitos básicos. Axiomas das probabilidades. Probabilidades condicionadas. Acontecimentos independentes. Regras multiplicativas e aditivas.
3. Variáveis Aleatórias e distribuição de probabilidade: Variáveis aleatórias discretas: função de probabilidade, função de distribuição. Variáveis aleatórias absolutamente contínuas: função densidade de probabilidade, função de distribuição. Esperança matemática. Variância e desvio padrão. Distribuição de probabilidade: discretas e contínuas.
4. Testes de Hipóteses: Formulação de hipóteses nula e alternativa. Nível de significância e erro estatístico. Testes paramétricos e não paramétricos. Interpretação de p-valor e decisão estatística.

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):

1. Descriptive statistics: basic concepts: population, attribute, modalities and sample. Scales for measuring statistical data. Absolute and relative frequencies. Cumulative frequencies. Measures of central tendency. Measures of dispersion. Measures of asymmetry and kurtosis.
2. Probability theory: Basic concepts. Axioms of probability. Conditional probabilities. Independent events. Multiplicative and additive rules.
3. Random variables and probability distribution: Discrete random variables: probability function, distribution function. Absolutely continuous random variables: probability density function, distribution function. Mathematical expectation. Variance and standard deviation. Probability distribution: discrete and continuous.
4. Hypothesis testing: Formulation of null and alternative hypotheses. Significance level and statistical error. Parametric and non-parametric tests. Interpretation of p-value and statistical decision.

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

Os conteúdos programáticos estão em estreita ligação com os objetivos como se mostra.

1. Estatística descritiva. [O1, O4, O5, O8]
2. Teoria de probabilidades. [O2, O3, O5, O6, O7]
3. Variáveis Aleatórias. [O2, O3, O5, O6, O7 e O8]
4. Testes de Hipóteses. [O3, O6 e O7]

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

The programme contents are closely linked to the objectives as shown below.

- 1) Descriptive statistics. [O1, O4, O5, O8]
2. Probability theory. [O2, O3, O5, O6, O7]
3. Random Variables. [O2, O3, O5, O6, O7 and O8]
4. Hypothesis Tests. [O3, O6 and O7]

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

A metodologia baseia-se na articulação entre as atividades a desenvolver em cada um dos momentos (síncrono a distância, presencial e autónomo pelos estudantes).

As sessões síncronas a distância visam, sobretudo, os níveis taxonómicos associados ao conhecimento e à compreensão. As sessões presenciais destinam-se a aprofundar os conhecimentos adquiridos e o desenvolvimento e aprofundamento das competências dos estudantes (níveis taxonómicos de aplicação, análise, síntese), assegurando-se a respetiva articulação de modo a atingir os objetivos de aprendizagem.

Síncrono a distância:

M1. Metodologia expositiva: Apresentação dos conceitos e ferramentas. Realização de exercícios de aplicação.

M2. Metodologias ativas: Apresentação, discussão e interpretação de enunciados/casos práticos.

Presencial:

M3. Prática: resolução dos exercícios por parte dos estudantes com discussão coletiva e individualizada das questões que o problema suscita na sua resolução. Esta componente utiliza o software IBM SPSS e/ou Jamovi ou JASP (disponíveis, quer em contexto de sala de aula, quer para trabalho autónomo).

Autónoma:

M4. Estudo e resolução de exercícios/problemas adicionais propostos pelo docente.

O docente dá feedback (Orientação Tutorial – OT) sobre os resultados obtidos pelo estudante na resolução dos exercícios.

Complementarmente, os estudantes podem interagir com o tutor virtual Philix.ai integrado na plataforma LMS Moodle.

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

The methodology is based on articulating the activities to be carried out at each stage (synchronous distance learning, face-to-face learning and autonomous learning by students).

The synchronous distance sessions are mainly aimed at the taxonomic levels associated with knowledge and understanding. The face-to-face sessions are designed to deepen the knowledge acquired and to develop and deepen the students' skills (taxonomic levels of application, analysis, synthesis), ensuring that they are linked in such a way as to achieve the learning objectives.

Synchronous distance learning:

M1. Expository methodology: Presentation of concepts and tools. Application exercises.

M2. Active methodologies: Presentation, discussion and interpretation of statements/practical cases.

Face-to-face:

M3. Practical: resolution of the exercises by the students with collective and individualised discussion of the issues that the problem raises in its resolution. This component will be carried out using IBM SPSS and/or Jamovi or JASP software (available either in a classroom context or for autonomous work).

Autonomous:

M4. Study and resolution of additional exercises/problems proposed by the teacher.

The teacher gives feedback (Tutorial Guidance - OT) on the results obtained by the student in solving the exercises.

In addition, students can interact with the virtual tutor Philix.ai integrated into the LMS Moodle platform.

4.2.14. Avaliação (PT):

Avaliação Curricular (continua):

A1. Portfólio de exercícios resolvidos em aula presencial. Exercícios práticos de aplicação.

A2. Teste intermédio - individual. Teste com componente de aplicação e componente escrita.

A3. Teste final – individual. Teste com duas componentes: parte escrita e parte de aplicação prática.

A classificação final é calculada através da fórmula Classificação Final = $A1 \cdot 0,2 + A2 \cdot 0,4 + A3 \cdot 0,4$.

O estudante é aprovado se obtiver classificação igual ou superior a 9,5 valores.

A classificação mínima na avaliação curricular (continua) a aplicar é a seguinte:

- Portfólio de exercícios de aula: 10 valores

- Teste intermédio: 6 valores

- Teste final: 8 valores

Avaliação Final ou em Época de Recurso e Especial (A): O estudante realiza o exame teórico-prático com componente prática (50%) e componente teórica (50%) ($A=100\%$) e é aprovado se obtiver uma classificação igual ou superior a 9,5 valores em 20.

4.2.14. Avaliação (EN):

Curricular assessment (continuous):

A1. Portfolio of exercises solved in class. Practical application exercises.

A2. Intermediate test - individual. Test with application component and written component.

A3. Final test - individual. Test with two components: written part and practical application part.

The final grade is calculated using the formula $\text{Final Grade} = A1 \cdot 0.2 + A2 \cdot 0.4 + A3 \cdot 0.4$.

Students pass if they obtain a mark of 9.5 or more.

The minimum classification in the curricular assessment (continuous) to be applied is as follows:

- Portfolio of class exercises: 10 marks

- Intermediate test: 6 marks

- Final test: 8 marks

Final Assessment or in the Special and Appeal Period (A): The student takes the theoretical-practical exam with a practical component (50%) and a theoretical component (50%) ($A=100\%$) and is approved if they obtain a mark equal to or greater than 9.5 out of 20.

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

A coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da Unidade curricular é demonstrada através das seguintes relações:

O1. Dotar os estudantes dos conhecimentos que lhes permitam analisar dados aplicando as metodologias da estatística descritiva. [M1 e M2] – [A1, A2 e A3] ou [A]

O2. Apresentar os conceitos fundamentais sobre a teoria das probabilidades. [M1, M2 e M3] – [A1, A2 e A3] ou [A]

O3. Dotar os estudantes de conhecimentos sobre a linguagem das probabilidades e da estatística. [M1, M2, M3] – [A1, A2 e A3] ou [A]

O4. Ler e interpretar corretamente documentos que façam uso da linguagem estatística básica. [M1, M2, M3 e M4] – [A1, A2 e A3] ou [A]

O5. Formular problemas práticos e expressar situações práticas usando a linguagem da teoria das probabilidades e da estatística. [M1, M2, M3 e M4] – [A1, A2 e A3] ou [A]

O6. Ler e interpretar corretamente documentos que façam uso da linguagem probabilística e estatística. [M1, M2, M3 e M4] – [A1, A2 e A3] ou [A]

O7. Formular problemas práticos e expressar situações práticas usando a linguagem da teoria das probabilidades e da estatística. [M2, M3 e M4] – [A1, A2 e A3] ou [A]

O8. Utilizar o software estatístico e interpretar os outputs resultantes da aplicação de métodos de estatística descritiva. [M2, M3 e M4] – [A1, A2 e A3] ou [A]

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

The consistency of the teaching and assessment methodologies with the learning objectives of the curricular unit is demonstrated through the following links

the following relationships:

O1. Provide students with the knowledge to analyse data using descriptive statistics methodologies. [M1 and M2] - [A1, A2 and A3] or [A]

O2. Introduce the fundamental concepts of probability theory. [M1, M2 and M3] - [A1, A2 and A3] or [A]

O3. Provide students with knowledge of the language of probability and statistics. [M1, M2, M3] - [A1, A2 and A3] or [A]

O4. Read and correctly interpret documents using basic statistical language. [M1, M2, M3 and M4] - [A1, A2 and A3] or [A]

O5. Formulate practical problems and express practical situations using the language of probability theory and statistics. [M1, M2, M3 and M4] - [A1, A2 and A3] or [A]

O6. Correctly read and interpret documents using probabilistic and statistical language. [M1, M2, M3 and M4] - [A1, A2 and A3] or [A]

O7. Formulate practical problems and express practical situations using the language of probability theory and statistics. [M2, M3 and M4] - [A1, A2 and A3] or [A]

O8. Use statistical software and interpret the outputs resulting from the application of descriptive statistical methods. [M2, M3 and M4] - [A1, A2 and A3] or [A]

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

Marôco, João (2021). *Análise Estatística com SPSS*, ReportNumber.

Schiefer, H., & Schiefer, F. (2021). *Statistics for Engineers: An Introduction with Examples from Practice*. Springer Nature.

Devore, J. L., Berk, K. N., & Carlton, M. A. (2021). *Modern mathematical statistics with applications*. 3rd edition. New York: Springer.

Rhinehart, R. R., & Bethea, R. M. (2022). *Applied Engineering Statistics*. CRC Press.

Gupta, B. C., Guttman, I., & Jayalath, K. P. (2020). *Statistics and probability with applications for engineers and scientists*. Wiley.

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

Marôco, João (2021). *Análise Estatística com SPSS, ReportNumber*.
Schiefer, H., & Schiefer, F. (2021). *Statistics for Engineers: An Introduction with Examples from Practice*. Springer Nature.
Devore, J. L., Berk, K. N., & Carlton, M. A. (2021). *Modern mathematical statistics with applications*. 3rd edition. New York: Springer.
Rhinehart, R. R., & Bethea, R. M. (2022). *Applied Engineering Statistics*. CRC Press.
Gupta, B. C., Guttman, I., & Jayalath, K. P. (2020). *Statistics and probability with applications for engineers and scientists*. Wiley.

4.2.17. Observações (PT):

Recursos específicos:
- Moodle: <https://moodle.ensinulusofona.pt/>
- Plataforma Teams.
- Internet, Biblioteca, bases de dados científicas.
- Laboratórios informáticos com ligação à internet e vídeo projetor.
- Software IBM SPSS e/ou Jamovi ou JASP.

4.2.17. Observações (EN):

Specific resources:
- Moodle: <https://moodle.ensinulusofona.pt/>
- Teams platform.
- Internet, Library, scientific databases.
- Computer labs with internet connection and video projector.
- IBM SPSS and/or Jamovi or JASP software.

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

Estratégia e Planeamento Empresarial

4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):

Strategy and Business Planning

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

GAD

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

MAD

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):

125.0

4.2.5. Horas de contacto:

Presencial (P) - TP-33.0; OT-1.0
Síncrona a distância (SD) - TP-9.0; OT-2.0

4.2.6. % Horas de contacto a distância:

24.44%

4.2.7. Créditos ECTS:

5.0

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

• Ricardo Filipe Pateiro Marcão - 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):

Esta unidade curricular tem os seguintes objetivos de aprendizagem:

- O1. Apresentar e desenvolver os conceitos, metodologias e instrumentos para uma participação eficaz no processo de gestão estratégica.*
- O2. Compreender as diferentes situações da análise estratégica, incluindo a análise da envolvente, da indústria e dos stakeholders.*
- O3. Utilizar abordagens racionais para a identificação e escolha de alternativas incluindo as competências chave e estratégia baseadas em escala e não escala.*
- O4. Analisar questões e práticas relacionadas com a implementação das estratégias escolhidas.*
- O5. Analisar a envolvente externa empresarial, análise da indústria e competitividade.*
- O6 Analisar estratégias de negócio e de empresa.*
- O7 Conceber estratégias globais e respetivo controlo da estratégia e gestão de "performance".*

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 has the following learning objectives:

- O1. To present and develop the concepts, methodologies and tools for effective participation in the strategic management process.*
- O2. Understand the different situations of strategic analysis, including analysing the environment, the industry and the stakeholders.*
- O3. Utilise rational approaches to the identification and choice of alternatives including key competences and strategy based on scale and non-scale.*
- O4. Analyse issues and practices related to the implementation of chosen strategies.*
- O5. Analyse the external business environment, industry analysis and competitiveness.*
- O6 Analyse business and company strategies.*
- O7 Design global strategies and their respective strategy control and performance management.*

4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):

- 1. Conceitos e formulação da estratégia.*
- 2. Tipos e matrizes de análise estratégica: Estratégia de baixo custo. Estratégia genérica de diferenciação. Estratégia de diversificação.*
- 3. Formulação, implementação e controlo da estratégia: Processo. Técnicas e Instrumentos.*
- 4. A Governação organizacional: Modelo Anglo-Americano. Modelo Germano-Japonês. Ética organizacional. Responsabilidade das empresas.*
- 5. Estratégia e globalização das empresas.*
- 6. Gestão de performance.*

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):

- 1. Concepts and strategy formulation.*
- 2. Types and matrices of strategic analysis: Low-cost strategy. Generic differentiation strategy. Diversification strategy.*
- 3. Strategy formulation, implementation and control: Process. Techniques and tools.*
- 4. Organisational governance: Anglo-American model. German-Japanese model. Organisational ethics. Corporate responsibility.*
- 5. Corporate strategy and globalisation.*
- 6. Performance management.*

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

Os conteúdos programáticos estão em estreita ligação com os objetivos como se mostra.

- 1. Conceitos e formulação da estratégia. [O1, O5]*
- 2. Tipos e matrizes de análise estratégica: Estratégia de baixo custo. Estratégia genérica de diferenciação. Estratégia de diversificação. [O1, O2, O5 e O6]*
- 3. Formulação, implementação e controlo da estratégia: Processo. Técnicas e Instrumentos. [O1, O2, O5 e O6].*
- 4. A Governação organizacional: Modelo Anglo-Americano. Modelo Germano-Japonês. Ética organizacional. Responsabilidade das empresas. [O2, O3, O5 e O6].*
- 5. Estratégia e globalização das empresas. [O2, O3, O4, O6 e O7].*
- 6. Gestão de performance. [O2, O3, O4, O6 e O7].*

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

The programme contents are closely linked to the objectives as shown below.

1. Concepts and strategy formulation. [O1, O5]
2. Types and matrices of strategic analysis: Low-cost strategy. Generic differentiation strategy. Diversification strategy. [O1, O2, C5 and O6]
3. Strategy formulation, implementation and control: Process. Techniques and instruments [O1, O2, O5 and O6].
4. Organisational governance: Anglo-American model. German-Japanese model. Organisational ethics. Corporate responsibility. [O2, O3, O5 and O6].
5. Corporate strategy and globalisation. [O2, O3, O4, O6 and O7].
6. performance management. [O2, O3, O4, O6 and O7].

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

A metodologia articula-se entre as actividades a realizar em cada etapa (ensino síncrono à distância, presencial e aprendizagem autónoma pelos alunos). As sessões síncronas a distância visam sobretudo os níveis taxonómicos associados ao conhecimento e à compreensão, proporcionando aos alunos o primeiro contacto com os conteúdos. As sessões presenciais destinam-se a aprofundar os conhecimentos adquiridos e a desenvolver e aprofundar as competências dos alunos (níveis taxonómicos de aplicação, análise), assegurando a sua articulação de forma a atingir os objectivos de aprendizagem.

Ensino síncrono à distância:

M1. Aulas teórico-práticas: apresentação de conceitos e discussão dos conteúdos programáticos. Nestas sessões, para além da exposição dos conteúdos, o docente promove a discussão sobre os temas em estudo através da participação durante a sessão ou através de fóruns de discussão e wikis disponibilizados através da plataforma Moodle.

Presencial:

M2. Metodologia de sala de aula invertida: O docente disponibiliza antecipadamente vídeos e outros documentos sobre os conteúdos a abordar nas aulas seguintes.

M3. Estudo de casos: Resolução de casos propostos pelo docente sobre os temas apresentados nos vídeos/documentos disponibilizados.

M4. Consolidação dos conteúdos leccionados nas aulas através da pesquisa de informação adicional sobre os diferentes temas abordados e elaboração de trabalhos adicionais.

O professor dá feedback sobre o desenvolvimento dos exercícios propostos (Orientação Tutorial - OT) presencialmente na sala de aula ou através da plataforma de apoio ao ensino/aprendizagem Moodle.

Para além disso, os alunos podem interagir com o tutor virtual Philix.ai integrado na plataforma Moodle do LMS.

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

The methodology is articulated between the activities to be carried out at each stage (synchronous distance learning, face-to-face and autonomous learning by the students). The synchronous distance sessions are mainly aimed at the taxonomic levels associated with knowledge and understanding, providing students with their first contact with the content. The face-to-face sessions are designed to deepen the knowledge acquired and to develop and deepen the students' skills (taxonomic levels of application, analysis), ensuring that they are linked in such a way as to achieve the learning objectives.

Synchronous distance learning:

M1. Theoretical/practical classes: presentation of concepts and discussion of programme contents. In these sessions, in addition to explaining the contents, the lecturer promotes discussion on the topics under study through participation during the session or through discussion forums and wikis made available through the LMS Moodle platform.

Face-to-face:

M2. Flipped classroom methodology: Lecturer makes videos and other documents available in advance on the content to be covered in the following lessons.

M3. Case Studies: Resolution of cases proposed by the teacher on the themes presented in the videos/documents provided.

Autonomous:

M4. Consolidation of the content taught in class by researching additional information on the different topics covered and developing additional work.

The teacher gives feedback on the development of the proposed exercises (Tutorial Orientation - OT) in person in the classroom or via the Moodle teaching/learning support platform.

In addition, students can interact with the virtual tutor Philix.ai integrated into the LMS Moodle platform.

4.2.14. Avaliação (PT):

Avaliação curricular (contínua):

1. *Teste intermédio (individual). Teste escrito.*
2. *Exercícios práticos (grupo). Estudantes resolvem dois casos propostos pelo docente.*
3. *Teste teórico/prático final (individual). Teste escrito.*

A classificação final é calculada através da fórmula Classificação Final = $A1 \times 0,2 + A2 \times 0,4 + A3 \times 0,4$.

A classificação mínima na avaliação curricular (contínua) é a seguinte:

- *Teste intermédio (individual): 6 valores*
- *Exercícios práticos (grupo): 10 valores.*
- *Teste teórico/prático final (individual): 8 valores*

A avaliação dos exercícios práticos em grupo, inclui a avaliação individual dos estudantes que terá uma ponderação de 40% na classificação do estudante nessa componente.

Avaliação final ou em época de recurso/especial [A]:

Hipótese 1:

A2. Exercícios práticos (grupo). O estudante realizou os exercícios práticos nos quais obtiveram avaliação positiva e ainda avaliação positiva na avaliação da componente individual.

A1. Teste teórico/prático (individual). O estudante realiza este Teste em qualquer das épocas em que se submeta a avaliação. A classificação final é calculada através da fórmula $[A] = A2 \times 0,4 + A1 \times 0,6$.

Hipótese 2:

O estudante não realizou/participou os exercícios de aula ou realizando obteve classificação negativa e/ou obteve classificação negativa na componente de avaliação individual.

Avaliação Final, Avaliação em Época de Recurso/Especial (A): O estudante realiza o exame escrito teórico-prático (A=100%) e é aprovado se obtiver uma classificação igual ou superior a 9,5 valores em 20.

4.2.14. Avaliação (EN):

Curricular assessment (continuous):

1. *Mid-term test (individual). Written test.*
2. *Practical exercises (group). Students solve two cases proposed by the teacher.*
3. *Final theoretical/practical test (individual). Written test.*

The final grade is calculated using the formula Final Grade = $A1 \times 0,2 + A2 \times 0,4 + A3 \times 0,4$.

The minimum mark for the curricular assessment (continuous) is as follows:

- *Intermediate test (individual): 6 marks*
- *Practical exercises (group): 10 marks.*
- *Final theoretical/practical test (individual): 8 marks*

The assessment of the group practical exercises includes the individual assessment of the students, which will have a weighting of 40 per cent in the student's classification in this component.

Final or appeal/special assessment [A]:

Hypothesis 1:

A2. Practical exercises (group). The student has carried out the practical exercises in which they obtained a positive evaluation and also a positive evaluation in the assessment of the individual component.

A1. Theoretical/practical test (individual). The student takes this test in any of the assessment periods. The final mark is calculated using the formula $[A] = A2 \times 0,4 + A1 \times 0,6$.

Hypothesis 2:

The student did not carry out/participate in the class exercises or if they did, they obtained a negative mark and/or a negative mark in the individual assessment component.

Final Assessment, Assessment in Appeal/Special Season (A): The student takes the theoretical-practical written exam (A=100%) and passes if they obtain a mark equal to or greater than 9.5 out of 20.

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

A coerência das metodologias de ensino e de avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular é demonstrada através das seguintes relações:

- O1. Apresentar e desenvolver os conceitos, metodologias e ferramentas para uma participação efectiva no processo de gestão estratégica. [M1, M2, M3 e M4] - [A1, A2 e A3] ou [A]
- O2. Compreender as diferentes situações de análise estratégica, incluindo a análise do ambiente, da indústria e das partes interessadas. [M1, M2, M3 e M4] - [A1, A2 e A3] ou [A]
- O3. Utilizar abordagens racionais para a identificação e escolha de alternativas, incluindo competências essenciais e estratégias baseadas na escala e na não escala. [M1, M2, M3 e M4] - [A1, A2 e A3] ou [A]
- O4. Analisar questões e práticas relacionadas com a implementação das estratégias escolhidas. [M1, M2, M3 e M4] - [A1, A2 e A3] ou [A]
- O5. Analisar o ambiente empresarial externo, a análise da indústria e a competitividade. [M1, M2, M3 e M4] - [A1, A2 e A3] ou [A]
- O6. Analisar estratégias de negócio e de empresa. [M1, M2, M3 e M4] - [A1, A2 e A3] ou [A]
- O7. Conceber estratégias globais e respetivo controlo da estratégia e gestão do desempenho. [M1, M2, M3 e M4] - [A1, A2 e A3] ou [A]

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

The consistency of the teaching and assessment methodologies with the learning objectives of the curricular unit is demonstrated through the following relationships:

- O1. Present and develop the concepts, methodologies and tools for effective participation in the strategic management process. [M1, M2, M3 and M4] - [A1, A2 and A3] or [A]
- O2. Understand the different situations of strategic analysis, including analysis of the environment, industry and stakeholders. [M1, M2, M3 and M4] - [A1, A2 and A3] or [A]
- O3. Use rational approaches to the identification and choice of alternatives including key competencies and strategy based on scale and non-scale. [M1, M2, M3 and M4] - [A1, A2 and A3] or [A]
- O4. Analyze issues and practices related to the implementation of the chosen strategies. [M1, M2, M3 and M4] - [A1, A2 and A3] or [A]
- O5. Analyze the external business environment, industry analysis and competitiveness. [M1, M2, M3 and M4] - [A1, A2 and A3] or [A]
- O6. Analyze business and company strategies. [M1, M2, M3 and M4] - [A1, A2 and A3] or [A]
- O7. Design global strategies and respective strategy control and performance management. [M1, M2, M3 and M4] - [A1, A2 and A3] or [A]

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

Dess, McNamara, Eisner & Lee (2021). *Strategic Management Text and Cases*. McGraw-Hill.

Grant, R (2021). *Contemporary Strategy Analysis*, Blackwell

Santos, Luis Alberto Alves (2022). *Planeamento Estratégico e Gestão de Negócios (7ª Edição)*. Escolar Editora.

Thompson, Strickland and Gamble. (2024). *Crafting and Executing Strategy - The Quest for Competitive advantage*. McGraw-Hill.

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

Dess, McNamara, Eisner & Lee (2021). *Strategic Management Text and Cases*. McGraw-Hill.

Grant, R (2021). *Contemporary Strategy Analysis*, Blackwell

Santos, Luis Alberto Alves (2022). *Planeamento Estratégico e Gestão de Negócios (7ª Edição)*. Escolar Editora.

Thompson, Strickland and Gamble. (2024). *Crafting and Executing Strategy - The Quest for Competitive advantage*. McGraw-Hill.

4.2.17. Observações (PT):

Recursos específicos:

- Moodle: <https://moodle.ensinulusofona.pt/>
- Plataforma Teams.
- Internet, Biblioteca, bases de dados científicas.

4.2.17. Observações (EN):

Specific resources:

- Moodle: <https://moodle.ensinulusofona.pt/>
- Teams platform.
- Internet, library, scientific databases

Mapa III - Estudos de Mercado

4.2.1. Designação da unidade curricular (PT):

Estudos de Mercado

4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):

Market Research

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

MKT

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

MKT

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):

125.0

4.2.5. Horas de contacto:

Presencial (P) - TP-18.0; PL-15.0; OT-1.0

Síncrona a distância (SD) - TP-9.0; OT-2.0

4.2.6. % Horas de contacto a distância:

24.44%

4.2.7. Créditos ECTS:

5.0

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

• Rui Manuel Robalo Frade - 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):

Esta unidade curricular tem os seguintes objetivos de aprendizagem:

O1. Apresentar os conceitos relacionados com os estudos de mercado.

O2. Caracterizar o design de um estudo de mercado.

O3. Apresentar as técnicas inerentes aos estudos de mercado enquanto instrumento de recolha, tratamento e apresentação da informação.

O4. Utilizar software específico de apoio à realização de estudos de mercado.

O5. Identificar os aspetos principais de um relatório final de estudo de mercado.

O6. Elaborar relatórios sobre estudos de mercado integrando os principais conceitos.

O7. Utilizar os estudos de mercado como instrumento de apoio aos processos de tomada de decisão nas organizações.

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 has the following learning objectives:

- O1. Present the concepts related to market research.*
- O2. Characterize the design of a market study.*
- O3. Present the techniques inherent in market research as a tool for collecting, processing and presenting information.*
- O4. Use specific software to support market research.*
- O5. Identify the main aspects of a final market research report.*
- O6. Prepare market research reports integrating the main concepts.*
- O7. Use market research as a tool to support decision-making processes in organizations.*

4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):

- 1. Introdução aos estudos de mercado: conceito e aplicações.*
- 2. Estudos e análises de mercados: Conceção. Tipologias de pesquisa e análises de mercados (quantitativos; qualitativos; descritiva; causal).*
- 3. O design do estudo de mercado.*
- 4. A implementação do estudo de mercado.*
- 5. Amostragem: Definição e dimensão da amostra. Métodos e técnicas de amostragem.*
- 6. Recolha de dados: Software de apoio.*
- 7. Análise e tratamento de dados: edição/revisão, codificação e tabulação, análise de dados)*
- 8. Introdução à análise de dados com software específico: Aplicação e interpretação de métodos estatísticos.*
- 9. Apresentação de resultados: quadros de resultados e relatórios finais (analítico: executivo).*
- 10. Aplicação de estudos de mercado.*

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):

- 1. Introduction to market research: concept and applications.*
- 2. Market research and analysis: Design. Types of market research and analysis (quantitative; qualitative; descriptive; causal).*
- 3. Market research design.*
- 4. Implementing market research.*
- 5. Sampling: Sample definition and size. Sampling methods and techniques.*
- 6. Data collection: Support software.*
- 7. Data analysis and processing: editing/revising, coding and tabulation, data analysis)*
- 8. Introduction to data analysis with specific software: Application and interpretation of statistical methods.*
- 9. Presentation of results: results tables and final reports (analytical: executive).*
- 10. Application of market research.*

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

Os conteúdos programáticos estão em estreita ligação com os objetivos conforme se mostra na correspondência.

- 1. Introdução aos estudos de mercado: conceito e aplicações. [O1, O2]*
- 2. Estudos e análises de mercados: Conceção. Tipologias de pesquisa e análises de mercados (quantitativos; qualitativos; descritiva; causal). [O1, O2]*
- 3. O design do estudo de mercado. [O3]*
- 4. A implementação do estudo de mercado. [O3, O4]*
- 5. Amostragem: definição e dimensão da amostra, métodos e técnicas de amostragem. [O3, O4, O5]*
- 6. Recolha de dados: software de apoio. [O3, O4, O5]*
- 7. Análise e tratamento de dados: edição/revisão, codificação e tabulação, análise de dados). [O3, O4, O5]*
- 8. Introdução à análise de dados com software específico: Aplicação e interpretação de métodos estatísticos. [O3, O4, O5]*
- 9. Apresentação de resultados: quadros de resultados e relatórios finais (analítico: executivo). [O6, O7]*
- 10. Aplicação de estudos de mercado. [O1, O2, O3, O4, O5, O6, O7]*

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

The syllabus is closely linked to the objectives, as shown in the correspondence.

1 Introduction to market research: concept and applications. [O1, O2]

2. Market research and analysis: Design. Types of market research and analysis (quantitative; qualitative; descriptive; causal). [O1, O2]

3. The design of the market study. [O3]

4. Implementing the market study. [O3, O4]

5. Sampling: sample definition and size, sampling methods and techniques. [O3, O4, O5]

6. Data collection: support software. [O3, O4, O5]

7. Data analysis and processing: editing/revising, coding and tabulation, data analysis. [O3, O4, O5]

8. Introduction to data analysis with specific software: Application and interpretation of statistical methods. [O3, O4, O5]

9. Presentation of results: results tables and final reports (analytical: executive). [O6, O7]

10. Application of market research. [O1, O2, O3, O4, O5, O6, O7]

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

A metodologia articula-se entre as atividades a desenvolver em cada um dos momentos (síncrono a distância, presencial e autónomo pelos estudantes). As sessões síncronas a distância visam, sobretudo, os níveis taxonómicos associados ao conhecimento e à compreensão, proporcionando o primeiro contacto dos estudantes com os conteúdos. As sessões presenciais destinam-se a aprofundar os conhecimentos adquiridos e o desenvolvimento e aprofundamento das competências dos estudantes (níveis taxonómicos de aplicação, análise), assegurando-se a respetiva articulação de modo a atingir os objetivos de aprendizagem.

Síncrono a distância:

M1. Métodos expositivo e interrogativo: apresentação e exploração dos conteúdos.

M2. Aplicação prática através de exercícios orientados para a consolidação dos conhecimentos. Esta aplicação é concretizada através de propostas de discussão/participação em fórum de discussão, de carácter formativo, na plataforma LMS Moodle.

Presencial:

M3. Prática baseada na metodologia Aprendizagem Baseada em Resolução de Problemas (ABRP) visando encontrar solução para problemas identificados pelos estudantes ou propostos pelo docente, nomeadamente para a realização de estudos de mercado. Os estudantes utilizam as plataformas identificadas no ponto 4.2.17.

Autónomo:

M4. Pesquisa orientada proposta pelo docente visando consolidar as temáticas em estudo e fornecendo inputs para o trabalho prático desenvolvido pelos estudantes.

O docente dá feedback sobre o desenvolvimento do problema abordado na prática laboratorial (Orientação tutorial – OT), presencialmente em contexto de sala de aula, ou através da plataforma de apoio ao ensino/aprendizagem Moodle.

Complementarmente, os estudantes podem interagir com o tutor virtual Philix.ai integrado na plataforma LMS Moodle.

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

The methodology is articulated between the activities to be carried out at each stage (synchronous distance learning, face-to-face and autonomous learning by the students). The synchronous distance sessions are mainly aimed at the taxonomic levels associated with knowledge and understanding, providing students with their first contact with the content. The face-to-face sessions are designed to deepen the knowledge acquired and to develop and deepen the students' skills (taxonomic levels of application, analysis), ensuring that they are linked in such a way as to achieve the learning objectives.

Synchronous distance learning:

M1. Expository and interrogative methods: presentation and exploration of content.

M2. Practical application through exercises aimed at consolidating knowledge. This is done through proposals for discussion/participation in a formative discussion forum on the LMS Moodle platform.

Face-to-face:

M3. Practice based on the Problem-Based Learning (PLL) methodology, aimed at finding solutions to problems identified by the students or proposed by the lecturer, namely for carrying out market research. Students use the platforms identified in point 4.2.17.

Autonomous:

M4. Guided research proposed by the lecturer aimed at consolidating the themes under study and providing input for the practical work carried out by the students.

The teacher gives feedback on the development of the problem addressed in the laboratory practice (Tutorial Orientation - OT), in person in the classroom or via the Moodle teaching/learning support platform.

In addition, students can interact with the virtual tutor Philix.ai integrated into the LMS Moodle platform.

4.2.14. Avaliação (PT):

Avaliação Curricular (contínua):

A1. Portfólio de exercícios em sala de aula (individual). Estes exercícios são resolvidos em contexto de dala de aula (virtual ou presencial) e submetidos na plataforma Moodle.

A2. Trabalho prático (grupo). Trata-se de um trabalho a desenvolver ao longo do semestre tendo por base a metodologia proposta para o desenvolvimento das sessões presenciais.

A3. Teste teórico/prático (individual). Consiste num teste escrito a realizar no final do semestre.

A classificação final é calculada através da fórmula $\text{Classificação Final} = A1 \cdot 0,2 + A2 \cdot 0,4 + A3 \cdot 0,4$.

O estudante é aprovado se obtiver classificação igual ou superior a 9,5 valores.

A classificação mínima na avaliação curricular (contínua) é a seguinte:

- Portfólio de exercícios em sala de aula (individual): 10 valores

- Trabalho prático (grupo): 10 valores

- Teste teórico/prático – no final do semestre (individual): 8 valores.

A avaliação dos trabalhos práticos em grupo, inclui a avaliação individual dos estudantes que terá uma ponderação de 40% na classificação do estudante nessa componente.

Avaliação Final ou em Época de Recurso ou Época Especial (A):

Hipótese 1:

A1. Portfólio de exercícios em sala de aula (individual). O estudante participou e obteve classificação positiva: mantém a nota que será considerada nestas épocas de avaliação.

A2. Trabalho prático (grupo). O estudante participou no trabalho de grupo e obteve classificação positiva na componente individual: mantém a nota que será considerada nestas épocas de avaliação.

A3. Teste teórico/prático (individual). O estudante realiza este Teste escrito em qualquer das épocas em que se submeta a avaliação.

A classificação final é calculada através da formula utilizada na avaliação curricular (contínua).

Hipótese 2:

O estudante não participou realizou os exercícios em sala (ou obteve classificação negativa) e/ou não participou no trabalho de grupo ou participando obteve classificação negativa na componente de avaliação individual.

Avaliação Final, Avaliação em Época de Recurso/Especial (A): O estudante realiza o exame teórico-prático com componente de aplicação prática (A) e componente teórica (A2).

A classificação final é calculada através da fórmula $\text{Classificação Final} = A1 \cdot 0,5 + A2 \cdot 0,5$.

O estudante é aprovado se obtiver classificação igual ou superior a 9,5 valores.

4.2.14. Avaliação (EN):

Curricular assessment (continuous):

A1. Portfolio of classroom exercises (individual). These exercises are solved in the classroom (virtual or face-to-face) and submitted on the Moodle platform.

A2. Practical work (group). This is an assignment to be developed over the course of the semester based on the methodology proposed for the development of the classroom sessions.

A3. Theoretical/practical test (individual). This consists of a written test to be taken at the end of the semester.

The final grade is calculated using the formula $\text{Final Grade} = A1 \cdot 0,2 + A2 \cdot 0,4 + A3 \cdot 0,4$.

Students pass if they obtain a mark of 9.5 or more.

The minimum classification in the curricular assessment (continuous) is as follows:

- Portfolio of classroom exercises (individual): 10 marks

- Practical work (group): 10 marks

- Theoretical/practical test - at the end of the semester (individual): 8 marks.

The assessment of group practical work includes the individual assessment of students, which will have a weighting of 40 per cent in the student's classification in this component.

Final assessment or in the Appeal Period or Special Period (A):

Hypothesis 1:

A1. Portfolio of classroom exercises (individual). The student took part and obtained a positive mark: the mark that will be taken into account in these assessment periods is maintained.

A2. Practical work (group). The student took part in the group work and obtained a positive mark in the individual component: the mark that will be taken into account in these assessment periods is maintained.

A3. Theoretical/practical test (individual). The student takes this written test in any of the assessment periods.

The final mark is calculated using the formula used in the curricular assessment (continuous).

Hypothesis 2:

The student has not taken part in the class exercises (or has obtained a negative mark) and/or has not taken part in the group work or has obtained a negative mark in the individual assessment component.

Final Assessment, Assessment in Appeal/Special Season (A): The student takes a theoretical-practical exam with a practical application component (A) and a theoretical component (A2).

The final grade is calculated using the formula $\text{Final Grade} = A1 \cdot 0,5 + A2 \cdot 0,5$.

The student passes if they obtain a mark 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):

A coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da Unidade curricular é demonstrada através das seguintes relações:

- O1. Apresentar os conceitos relacionados com os estudos de mercado. [M1] – [A1, A3] ou [A]
- O2. Caracterizar o design de um estudo de mercado. [M1] – [A1, A3] ou [A]
- O3. Apresentar as técnicas inerentes aos estudos de mercado enquanto instrumento de recolha, tratamento e apresentação da informação. [M1] – [A1, A3] ou [A]
- O4. Utilizar software específico de apoio à realização de estudos de mercado. [M1, M2, M3, M4] – [A1, A2] ou [A]
- O5. Identificar os aspetos principais de um relatório final de estudo de mercado. [M1, M2, M3, M4] – [A1, A2] ou [A]
- O6. Elaborar relatórios sobre estudos de mercado integrando os principais conceitos. [M1, M2, M3, M4] – [A1, A2, A3] ou [A]
- O7. Utilizar os estudos de mercado como instrumento de apoio aos processos de tomada de decisão nas organizações. [M1, M2, M3, M4] – [A1, A2, A3] ou [A]

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

The consistency of the teaching and assessment methodologies with the learning objectives of the curricular unit is demonstrated through the following relationships:

- O1. Introduce the concepts related to market research. [M1] - [A1, A3] or [A]
- O2. Characterize the design of a market study. [M1] - [A1, A3] or [A]
- O3. Present the techniques inherent in market research as a tool for collecting, processing and presenting information. [M1] - [A1, A3] or [A]
- O4. Use specific software to support market research. [M1, M2, M3, M4] - [A1, A2] or [A]
- O5. Identify the main aspects of a final market research report. [M1, M2, M3, M4] - [A1, A2] or [A]
- O6. Prepare market research reports integrating the main concepts. [M1, M2, M3, M4] - [A1, A2, A3] or [A]
- O7. Use market research as a tool to support decision-making processes in organizations. [M1, M2, M3, M4] - [A1, A2, A3] or [A]

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

Esteban-Bravo, M., & Vidal-Sanz, J. M. (2021). *Marketing research methods: quantitative and qualitative approaches*. Cambridge University Press.
Ha, M. T. (2022). *Data collection using online questionnaires in marketing* (Vol. 2022). SAGE Publications, Limited.
Homburg, C., Klarmann, M., Vomberg, A. (2022). *Handbook of Market Research*. Springer.
Marshall, A. (2024). *Marketing Research A Managerial Approach*. SAGE Publications Ltd.
Nunkoo, R., Teeroovengadum, V., & Ringle, C. M. (Eds.). (2021). *Handbook of research methods for marketing management*. Edward Elgar Publishing.

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

Esteban-Bravo, M., & Vidal-Sanz, J. M. (2021). *Marketing research methods: quantitative and qualitative approaches*. Cambridge University Press.
Ha, M. T. (2022). *Data collection using online questionnaires in marketing* (Vol. 2022). SAGE Publications, Limited.
Homburg, C., Klarmann, M., Vomberg, A. (2022). *Handbook of Market Research*. Springer.
Marshall, A. (2024). *Marketing Research A Managerial Approach*. SAGE Publications Ltd.
Nunkoo, R., Teeroovengadum, V., & Ringle, C. M. (Eds.). (2021). *Handbook of research methods for marketing management*. Edward Elgar Publishing.

4.2.17. Observações (PT):

Recursos específicos:

- Moodle: <https://moodle.ensinolusofona.pt/>
- Plataforma Teams.
- Internet, Biblioteca, bases de dados científicas.
- Plataforma Qualtrics. (pesquisa por questionário)
- Software SPSS, Jamovi ou JASP. (Análises estatísticas de dados)
- Microsoft Excel. (organização e análise genérica de dados)

Nota: Os conteúdos relacionados com as Tipologias de pesquisa e análises de mercados (quantitativos; qualitativos; descritiva; causal) serão articulados com a Unidade curricular Métodos de Investigação (técnicas de recolha de dados) de modo a complementarem-se sem repetições desnecessárias.

4.2.17. Observações (EN):

Specific resources:

- Moodle: <https://moodle.ensinulusofona.pt/>
- Teams platform.
- Internet, Library, scientific databases.
- Qualtrics platform (questionnaire survey)
- SPSS, Jamovi or JASP software (statistical analyses of data)
- Microsoft Excel (generic data organisation and analysis)

Note: The content related to Types of research and market analyses (quantitative; qualitative; descriptive; causal) will be combined with the Research Methods course (data collection techniques) so as to complement each other without unnecessary repetition.

Mapa III - Gestão da Qualidade**4.2.1. Designação da unidade curricular (PT):**

Gestão da Qualidade

4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):

Quality Management

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

GAD

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

MAD

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):

100.0

4.2.5. Horas de contacto:

Presencial (P) - TP-24.0; PL-9.0; OT-1.0
Síncrona a distância (SD) - TP-9.0; OT-2.0

4.2.6. % Horas de contacto a distância:

24.44%

4.2.7. Créditos ECTS:

4.0

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

- *Eduardo Jorge Simões Ganilho - 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):

Esta unidade curricular tem os seguintes objetivos de aprendizagem:

- O1. Apresentar os conceitos e teorias fundamentais relacionados com a qualidade.*
- O2. Aplicar ferramentas e técnicas da qualidade.*
- O3. Analisar e diferenciar entre vários modelos de qualidade e suas aplicações.*
- O4. Dominar as ferramentas e técnicas utilizadas na medição da qualidade.*
- O5. Implementar projetos operacionais para a gestão da qualidade.*
- O6. Discutir os custos e os benefícios da gestão da qualidade.*
- O7. Compreender a importância das políticas da qualidade e a sua relação com a sustentabilidade e a responsabilidade social das organizações.*
- O8. Utilizar ferramentas digitais para a gestão da qualidade.*
- O9. Desenvolver e implementar um sistema de gestão da qualidade.*

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 has the following learning objectives:

- O1. Present the fundamental concepts and theories related to quality.*
- O2. Apply quality tools and techniques.*
- O3. Analyze and differentiate between various quality models and their applications.*
- O4. Master the tools and techniques used in quality measurement.*
- O5. Implement operational projects for quality management.*
- O6. Discuss the costs and benefits of quality management.*
- O7. Understand the importance of quality policies and their relationship with sustainability and the social responsibility of organizations.*
- O8. Use digital tools for quality management.*
- O9. Develop and implement a quality management system.*

4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):

- 1. Introdução à gestão da qualidade: Evolução histórica da gestão da qualidade. Teorias e modelos da qualidade.*
- 2. Ferramentas e Técnicas da qualidade.*
- 3. Implementação e controlo na gestão da qualidade.*
- 4. Custos benefícios e eficiência da gestão da qualidade.*
- 5. A qualidade e o desenvolvimento sustentável: A responsabilidade social e a ética da qualidade.*
- 6. Gestão da qualidade na era digital.*
- 7. Sistema português da qualidade: Processos. Qualificação de pessoas. Normalização. Normas ISO.*

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):

- 1. Introduction to quality management: Historical evolution of quality management. Theories and models of quality.*
- 2. Quality tools and techniques.*
- 3. Implementation and control in quality management.*
- 4. Cost benefits and efficiency of quality management.*
- 5. Quality and sustainable development: Social responsibility and the ethics of quality.*
- 6. Quality management in the digital age.*
- 7. Portuguese quality system: Processes. Qualification of people. Standardization. ISO standards.*

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

Os conteúdos programáticos estão em estreita ligação com os objetivos conforme se mostra na correspondência.

- 1. Introdução à gestão da qualidade: Evolução histórica da gestão da qualidade. Teorias e modelos da qualidade. [O1]*
- 2. Ferramentas e Técnicas da qualidade. [O2]*
- 3. Implementação e controlo na gestão da qualidade. [O3, O4, O5]*
- 4. Custos benefícios e eficiência da gestão da qualidade. [O6]*
- 5. A qualidade e o desenvolvimento sustentável: A responsabilidade social e a ética da qualidade. [O7]*
- 6. Gestão da qualidade na era digital. [O8]*
- 7. Sistema português da qualidade: Processos. Qualificação de pessoas. Normalização. Normas ISO. [O2, O3, O4, O5, O6, O7, O8, O9]*

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

The syllabus is closely linked to the objectives, as shown in the correspondence.

- 1. Introduction to quality management: Historical evolution of quality management. Theories and models of quality. [O1]*
- 2. Quality tools and techniques. [O2]*
- 3. Implementation and control in quality management. [O3, O4, O5]*
- 4. Cost benefits and efficiency of quality management. [O6]*
- 5. Quality and sustainable development: Social responsibility and the ethics of quality. [O7]*
- 6. Quality management in the digital age. [O8]*
- 7. Portuguese quality system: Processes. Qualification of people. Standardization. ISO standards. [O2, O3, O4, O5, O6, O7, O8, O9]*

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

A metodologia articula-se entre as atividades a desenvolver em cada um dos momentos (síncrono a distância, presencial e autónomo pelos estudantes).

As sessões síncronas a distância visam, sobretudo, os níveis taxonómicos associados ao conhecimento e à compreensão (utilizando-se métodos ajustados a esses objetivos), proporcionando o primeiro contacto dos estudantes com os conteúdos. As sessões presenciais destinam-se a aprofundar os conhecimentos adquiridos através da aplicação prática através da qual se trabalham os níveis taxonómicos superiores (aplicação, análise, reflexão e síntese) de modo a atingir os objetivos de aprendizagem.

Síncrono a distância:

M1. Método expositivo: apresentação de cada um dos tópicos dos conteúdos, complementado com os métodos demonstrativo e interrogativo para estabelecer a interação com os estudantes através do questionamento sobre as temáticas em análise e através da resolução de exercícios de aplicação, com cariz formativo, propostos e submetidos na plataforma LMS Moodle.

Presencial:

M2. Aplicação prática: através de exercícios e trabalhos orientados para a consolidação dos conhecimentos.

M3. Prática: baseada na metodologia Casos de Estudos. Os casos de estudo apresentam cenários reais ou hipotéticos relacionados com o conteúdo. A análise destes casos permite que os estudantes apliquem os seus conhecimentos teóricos na prática, fazendo a ponte entre a teoria e a prática. A componente de aplicação utilizará o software PHC Qualidade.

Autónomo:

M4. Pesquisa orientada proposta pelo docente.

O/a docente dá feedback sobre o desenvolvimento do problema abordado na prática (Orientação tutorial – OT) através da plataforma de apoio ao ensino/aprendizagem Moodle.

Complementarmente, os estudantes podem interagir com o tutor virtual Philix.ai integrado na plataforma LMS Moodle.

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

The methodology is articulated between the activities to be carried out at each stage (synchronous distance learning, face-to-face and autonomous learning by the students).

The synchronous distance sessions are aimed above all at the taxonomic levels associated with knowledge and understanding (using methods adjusted to these objectives), providing students with their first contact with the content. The face-to-face sessions are designed to deepen the knowledge acquired through practical application, working on the higher taxonomic levels (application, analysis, reflection and synthesis) in order to achieve the learning objectives.

Synchronous distance learning:

M1. Expository method: presentation of each of the content topics, complemented by the demonstrative and interrogative methods to establish interaction with the students through questioning on the themes being analysed and through the resolution of application exercises, with a formative nature, proposed and submitted on the LMS Moodle platform.

Face-to-face:

M2. Practical application: through exercises and work aimed at consolidating knowledge.

M3. Practical: based on the Case Studies methodology. The case studies present real or hypothetical scenarios related to the content.

Analysing these cases allows students to apply their theoretical knowledge in practice, bridging the gap between theory and practice. The application component will use PHC Qualidade software.

Autonomous:

M4. Guided research proposed by the teacher.

The teacher gives feedback on the development of the problem addressed in practice (Tutorial Orientation - OT) via the Moodle teaching/learning support platform.

In addition, students can interact with the virtual tutor Philix.ai integrated into the LMS Moodle platform.

4.2.14. Avaliação (PT):

Avaliação Curricular (contínua):

A1. Exercícios resolvidos em aula. Estes exercícios são trabalhados no contexto da sala de aula (síncrona ou presencial) e são submetidos na plataforma LMS Moodle.

A2. Teste final teórico-prático (individual). Trata-se de um teste escrito a realizar no final do semestre.

A3. Trabalho prático (grupo). Com base em estudos de caso. O resultado consiste num documento escrito submetido na plataforma Moodle e apresentado e discutido em aula.

A classificação final é calculada através da fórmula $\text{Classificação Final} = A1 \cdot 0,2 + A2 \cdot 0,4 + A3 \cdot 0,4$.

O estudante é aprovado se obtiver classificação igual ou superior a 9,5 valores.

A classificação mínima na avaliação curricular (contínua) é a seguinte:

- Exercícios resolvidos em aula. 10 valores.

- Trabalho prático (grupo): 10 valores

- Teste teórico/prático – no final do semestre (individual): 8 valores.

A avaliação dos trabalhos práticos em grupo, inclui a avaliação individual dos estudantes que terá uma ponderação de 40% na classificação do estudante nessa componente.

Avaliação Final ou em Época de Recurso ou Época Especial (A):

Hipótese 1:

A1. Exercícios resolvidos em aula. O estudante realizou os exercícios e obteve classificação positiva: mantém a nota que será considerada nestas épocas de avaliação.

A2. Trabalho prático (grupo). O estudante participou no trabalho de grupo e obteve classificação positiva na componente individual: mantém a nota que será considerada nestas épocas de avaliação.

A3. Teste teórico/prático (individual). O estudante realiza este Teste escrito em qualquer das épocas em que se submeta a avaliação.

A classificação final é calculada através da fórmula utilizada na avaliação curricular (contínua).

Hipótese 2:

O estudantes não realizou os exercícios em aula (ou obteve nota negativa) e/ou não participou no trabalho de grupo ou participando obteve classificação negativa na componente de avaliação individual.

Avaliação Final, Avaliação em Época de Recurso/Especial (A): O estudante realiza o exame teórico-prático escrito ($A=100\%$) e é aprovado se obtiver uma classificação igual ou superior a 9,5 valores em 20.

4.2.14. Avaliação (EN):

Curricular assessment (continuous):

A1. Exercises solved in class. These exercises are worked on in the context of the classroom (synchronous or face-to-face) and are submitted on the LMS Moodle platform.

A2. Final theoretical-practical test (individual). This is a written test to be taken at the end of the semester.

A3. Practical work (group). Based on case studies. The result consists of a written document submitted on the Moodle platform and presented and discussed in class.

The final grade is calculated using the formula $\text{Final Grade} = A1 \cdot 0,2 + A2 \cdot 0,4 + A3 \cdot 0,4$.

Students pass if they obtain a mark of 9.5 or more.

The minimum classification in the curricular assessment (continuous) is as follows:

- Exercises solved in class. 10 marks.

- Practical work (group): 10 marks

- Theoretical/practical test - at the end of the semester (individual): 8 marks.

The assessment of the practical group work includes the students' individual assessment, which will have a weighting of 40 per cent in the student's classification in this component.

Final assessment or in the Appeal Period or Special Period (A):

Hypothesis 1:

A1. Exercises solved in class. The student has completed the exercises and obtained a positive mark: they keep the mark that will be taken into account in these assessment periods.

A2. Practical work (group). The student took part in the group work and obtained a positive mark in the individual component: the mark that will be taken into account in these assessment periods is maintained.

A3. Theoretical/practical test (individual). The student takes this test in any of the assessment periods.

The final mark is calculated using the formula used in the curricular assessment (continuous).

Hypothesis 2:

The student did not complete the exercises in class (or obtained a negative mark) and/or did not take part in the group work or, if they did, obtained a negative mark in the individual assessment component.

Final Assessment, Assessment in Appeal/Special Season (A): The student takes the written theoretical-practical exam ($A=100\%$) and is approved if they obtain a mark equal to or greater than 9.5 out of 20.

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

A coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da Unidade curricular é demonstrada através das seguintes relações:

- O1. Apresentar os conceitos e teorias fundamentais relacionados com a qualidade. [M1 e M2] - [A1 e A2] ou [A]
- O2. Aplicar ferramentas e técnicas da qualidade. [M1, M2, M3] - [A1, A2, A3] ou [A]
- O3. Analisar e diferenciar entre vários modelos de qualidade e suas aplicações. [M1, M2, M3] - [A1, A2, A3] ou [A]
- O4. Dominar as ferramentas e técnicas utilizadas na medição da qualidade. Aplicar ferramentas e técnicas da qualidade. [M1, M2, M3] - [A1, A2, A3] ou [A]
- O5. Implementar projetos operacionais para a gestão da qualidade. [M1, M2, M3, M4] - [A1, A2, A3] ou [A]
- O6. Discutir os custos e os benefícios da gestão da qualidade. [M1, M2, M3, M4] - [A1, A2, A3] ou [A]
- O7. Compreender a importância das políticas da qualidade e a sua relação com a sustentabilidade e a responsabilidade social das organizações. [M1, M2] - [A1, A2] ou [A]
- O8. Utilizar ferramentas digitais para a gestão da qualidade. [M1, M3] - [A1, A2] ou [A]
- O9. Desenvolver e implementar um sistema de gestão da qualidade. [M1, M2, M3, M4] - [A1, A2, A3] ou [A]

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

The consistency of the teaching and assessment methodologies with the learning objectives of the curricular unit is demonstrated through the following relationships

- O1. Introduce the fundamental concepts and theories related to quality. [M1 and M2] - [A1 and A2] or [A]
- O2. Apply quality tools and techniques. [M1, M2, M3] - [A1, A2, A3] or [A]
- O3. Analyze and differentiate between various quality models and their applications. [M1, M2, M3] - [A1, A2, A3] or [A]
- O4. Master the tools and techniques used in quality measurement. Apply quality tools and techniques. [M1, M2, M3] - [A1, A2, A3] or [A]
- O5. Implement operational projects for quality management. [M1, M2, M3, M4] - [A1, A2, A3] or [A]
- O6. Discuss the costs and benefits of quality management. [M1, M2, M3, M4] - [A1, A2, A3] or [A]
- O7. Understand the importance of quality policies and their relationship to sustainability and the social responsibility of organizations. [M1, M2] - [A1, A2] or [A]
- O8. Use digital tools for quality management. [M1, M3] - [A1, A2] or [A]
- O9. Develop and implement a quality management system. [M1, M2, M3, M4] - [A1, A2, A3] or [A]

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

- António, N., Teixeira, A., Rosa, Á. (2023) *Gestão da Qualidade - De Deming ao modelo de excelência da EFQM*. Edições Sílabo.
- Bordoloi, S., Fitzsimmons, J. and Fitzsimmons, M. (2023). *Service Management: Operations, Strategy, Information Technology*, 10th Edition. McGraw Hill.
- Bruhn, M. (2023). *Quality Management for Services: Handbook for Successful Quality Management. Principles—Concepts—Methods*. Springer Berlin, Heidelberg.
- Mileto, C. (2023). *Gestão da Qualidade Total, Ferramentas e Princípios Essenciais*. AC Books.

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

- António, N., Teixeira, A., Rosa, Á. (2023) *Gestão da Qualidade - De Deming ao modelo de excelência da EFQM*. Edições Sílabo.
- Bordoloi, S., Fitzsimmons, J. and Fitzsimmons, M. (2023). *Service Management: Operations, Strategy, Information Technology*, 10th Edition. McGraw Hill.
- Bruhn, M. (2023). *Quality Management for Services: Handbook for Successful Quality Management. Principles—Concepts—Methods*. Springer Berlin, Heidelberg.
- Mileto, C. (2023). *Gestão da Qualidade Total, Ferramentas e Princípios Essenciais*. AC Books.

4.2.17. Observações (PT):

Recursos específicos:

- Moodle: <https://moodle.ensinulusofona.pt/>
- Plataforma Teams.
- Internet, Biblioteca, bases de dados científicas.
- Laboratório informático com ligação à internet e vídeo projetor.
- Software Gestão da Qualidade PHC.

4.2.17. Observações (EN):*Specific resources:*

- Moodle: <https://moodle.ensinolusofona.pt/>
- Teams platform.
- Internet, library, scientific databases.
- Computer lab with internet connection and video projector.
- PHC Quality Management Software.

Mapa III - Gestão das Organizações**4.2.1. Designação da unidade curricular (PT):***Gestão das Organizações***4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):***Organizational Management***4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (PT):***GAD***4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (EN):***MAD***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):***150.0***4.2.5. Horas de contacto:***Presencial (P) - TP-42.0; OT-3.0**Síncrona a distância (SD) - TP-12.0; OT-3.0***4.2.6. % Horas de contacto a distância:***25.00%***4.2.7. Créditos ECTS:***6.0***4.2.8. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular:**

- Ricardo Filipe Pateiro Marcão - 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):

Esta unidade curricular tem os seguintes objetivos de aprendizagem:

- O1. Explicar o papel da gestão nas organizações e sua evolução ao longo do tempo.*
- O2. Comparar diferentes modelos de gestão e sua aplicação em contextos empresariais.*
- O3. Analisar o ambiente de negócios e seus impactos nas organizações.*
- O4. Desenvolver competências em planeamento estratégico e tomada de decisão.*
- O5. Discutir a relação entre estrutura organizacional, cultura e liderança.*
- O6. Identificar sistemas de controlo e sua importância na gestão estratégica.*
- O7. Avaliar estratégias empresariais como alianças, outsourcing e integração vertical.*
- O8. Discutir os fundamentos da ética empresarial e da responsabilidade social corporativa (RSC).*
- O9. Analisar os impactos da globalização nos negócios e na concorrência.*

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 has the following learning objectives:

- O1. Explain the role of management in organisations and its evolution over time.*
- O2. Compare different management models and their application in business contexts.*
- O3. Analyse the business environment and its impact on organisations.*
- O4. Develop skills in strategic planning and decision-making.*
- O5. Discuss the relationship between organisational structure, culture and leadership.*
- O6. Identify control systems and their importance in strategic management.*
- O7. Evaluate business strategies such as alliances, outsourcing and vertical integration.*
- O8. Discuss the fundamentals of business ethics and corporate social responsibility (CSR).*
- O9. Analyse the impacts of globalisation on business and competition.*

4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):

- 1. Gestão das organizações.*
- 2. Teorias (modelos) de gestão.*
- 3. A análise do meio envolvente dos negócios.*
- 4. Planeamento e tomada de decisão.*
- 5. Estrutura, cultura e liderança.*
- 6. Estrutura, coordenação, liderança e motivação.*
- 7. O Controlo de gestão.*
- 8. Estratégia de negócio: alianças e outsourcing.*
- 9. Estratégia de negócio: integração vertical.*
- 10. Ética e responsabilidade social das empresas.*
- 11. A globalização dos mercados e competição.*

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):

- 1. Management of organizations.*
- 2. Management theories (models).*
- 3. Analysis of the business environment.*
- 4. Planning and decision-making.*
- 5. Structure, culture and leadership.*
- 6. Structure, coordination, leadership and motivation.*
- 7. Management control.*
- 8. Business strategy: alliances and outsourcing.*
- 9. Business strategy: vertical integration.*
- 10. Ethics and corporate social responsibility.*
- 11. The globalization of markets and competition.*

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

Os conteúdos programáticos estão em estreita ligação com os objetivos da Unidade Curricular conforme se explicita através da correspondência entre os mesmos.

1. Gestão das organizações [O1]
2. Teorias (modelos) de gestão [O2]
3. A análise do meio envolvente dos negócios [O3]
4. Planeamento e tomada de decisão [O4]
5. Estrutura, cultura e liderança [O5]
6. Estrutura, coordenação, liderança e motivação [O6]
7. O Controlo de gestão [O7]
8. Estratégia de negócio: alianças e outsourcing [O8]
9. Estratégia de negócio: integração vertical [O9]
10. Ética e responsabilidade social das empresas [O8, O9, O10]
11. A globalização dos mercados e competição [O8, O9, O10]

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

The syllabus is closely linked to the objectives of the course, as can be seen from the correspondence between them.

1. Management of organizations [O1]
2. Management theories (models) [O2]
3. Analysis of the business environment [O3]
4. Planning and decision-making [O4]
5. Structure, culture and leadership [O5]
6. Structure, coordination, leadership and motivation [O6]
7. Management control [O7]
8. Business strategy: alliances and outsourcing [O8]
9. Business strategy: vertical integration [O9]
10. Ethics and corporate social responsibility [O8, O9, O10]
11. The globalization of markets and competition [O8, O9, O10]

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

A metodologia articula-se entre as atividades a desenvolver em cada um dos momentos (síncrono a distância, presencial e autónomo pelos estudantes). As sessões síncronas a distância visam, sobretudo, os níveis taxonómicos associados ao conhecimento e à compreensão, proporcionando o primeiro contacto dos estudantes com os conteúdos. As sessões presenciais destinam-se a proporcionar a aplicação, análise, reflexão e síntese de modo a atingir os objetivos de aprendizagem.

Síncrono à distância:

M1. Métodos expositivo e interrogativo: para exposição e consolidação dos conteúdos. Nestas sessões são ainda apresentados e discutidos textos/vídeos ou outros documentos que os estudantes vão explorar nas aulas presenciais.

Presencial:

M2. Aplicação prática: através da análise de casos práticos (recorrendo à utilização de estratégias de aula invertida através da qual o docente disponibiliza previamente vídeos/documentos que ajudam os estudantes na resolução dos casos propostos).

Autónomo:

M3. Adicionalmente os estudantes são incentivados a analisar um Caso proposto pelo docente.

O docente dá feedback sobre a análise dos casos de estudos (Orientação tutorial – OT) presencialmente em contexto da sala de aula ou através da plataforma de apoio ao processo ensino/aprendizagem Moodle.

Complementarmente, os estudantes podem interagir com o tutor virtual Philix.ai integrado na plataforma LMS Moodle.

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

The methodology is articulated between the activities to be carried out at each stage (synchronous distance learning, face-to-face and autonomous learning by the students). The synchronous distance sessions are mainly aimed at the taxonomic levels associated with knowledge and understanding, providing students with their first contact with the content. The face-to-face sessions are designed to provide application, analysis, reflection and synthesis in order to achieve the learning objectives.

Synchronous distance learning:

M1. Expository and interrogative methods: to explain and consolidate the content. In these sessions, texts/videos or other documents that the students will explore in the face-to-face classes are also presented and discussed.

Face-to-face:

M2. Practical application: by analysing practical cases (using inverted classroom strategies whereby the teacher makes videos/documents available in advance to help students solve the proposed cases).

Autonomous:

M3. In addition, students are encouraged to analyse a case proposed by the teacher.

The teacher gives feedback on the analysis of the case studies (tutorial guidance - OT) in person in the classroom or via the Moodle teaching/learning support platform.

In addition, students can interact with the virtual tutor Philix.ai integrated into the LMS Moodle platform.

4.2.14. Avaliação (PT):

Avaliação Curricular (contínua):

A1. Portfólio de exercícios individuais realizados em sala de aula. Estes exercícios são propostos e realizados nas aulas presenciais.

A2. Trabalho prático (grupo). Consiste num trabalho escrito submetido na plataforma LMS Moodle e apresentado e discutido em sala de aula.

A3. Teste final teórico/prático (individual). Teste escrito a realizar no final do semestre.

A classificação final é calculada através da fórmula Classificação Final = $A1 \cdot 0,2 + A2 \cdot 0,4 + A3 \cdot 0,4$.

O estudante é aprovado se obtiver classificação igual ou superior a 9,5 valores.

A classificação mínima na avaliação curricular (continua) a aplicar é a seguinte:

- Portfólio de exercícios individuais realizados em sala de aula: 10 valores

- Trabalho prático (grupo): 10 valores

- Teste final teórico/prático (individual): 8 valores

A avaliação dos trabalhos práticos em grupo, inclui a avaliação individual dos estudantes que terá uma ponderação de 40% na classificação do estudante nessa componente.

Avaliação Final / Avaliação em Época de Recurso/Especial (A):

Hipótese 1:

A1. Portfólio de exercícios individuais realizados em sala de aula. O estudante obteve avaliação positiva nesta componente: mantém a nota que será considerada nestas épocas de avaliação.

A2. Relatório de exercício prático (grupo). O estudante participou no trabalho de grupo e obteve classificação positiva na componente individual: mantém a nota que será considerada nestas épocas de avaliação.

A3. Teste teórico/prático (individual). O estudante realiza este Teste escrito em qualquer das épocas em que se submeta a avaliação.

A classificação final é calculada através da formula prevista na avaliação Curricular (contínua).

Hipótese 2:

O estudante não obteve nota positiva nos exercícios de sala de aula (A1) e/ou não participou no trabalho de grupo ou participando obteve classificação negativa na componente de avaliação individual.

Avaliação Final, Avaliação em Época de Recurso/Especial (A): O estudante realiza o exame escrito teórico-prático (A=100%) e é aprovado se obtiver uma classificação igual ou superior a 9,5 valores em 20.

4.2.14. Avaliação (EN):

Curricular assessment (continuous):

A1. Portfolio of individual exercises carried out in class. These exercises are proposed and carried out in class.

A2. Practical work (group). This consists of a written assignment submitted on the LMS Moodle platform and presented and discussed in class.

A3. Final theoretical/practical test (individual). Written test to be taken at the end of the semester.

The final grade is calculated using the formula $\text{Final Grade} = A1 \times 0.2 + A2 \times 0.4 + A3 \times 0.4$.

Students pass if they obtain a mark of 9.5 or more.

The minimum classification in the curricular assessment (continuous) to be applied is as follows:

- Portfolio of individual exercises carried out in class: 10 marks

- Practical work (group): 10 marks

- Final theoretical/practical test (individual): 8 marks

The assessment of group practical work includes individual student assessment, which will have a weighting of 40 per cent in the student's classification in this component.

Final Assessment / Assessment in Appeal/Special Period (A):

Hypothesis 1:

A1. Portfolio of individual exercises carried out in class. The student obtained a positive evaluation in this component: the grade that will be considered in these assessment periods is maintained.

A2. Practical exercise report (group). The student took part in the group work and obtained a positive mark in the individual component: the mark that will be taken into account in these assessment periods is maintained.

A3. Theoretical/practical test (individual). The student takes this written test in any of the assessment periods.

The final mark is calculated using the formula laid down in the Curricular assessment (continuous).

Hypothesis 2:

The student has not obtained a positive mark in the classroom exercises (A1) and/or has not taken part in the group work or has obtained a negative mark in the individual assessment component.

Final Assessment, Assessment in Appeal/Special Season (A): The student takes the theoretical-practical written exam (A=100%) and is approved if they obtain a mark equal to or greater than 9.5 out of 20.

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

A coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da Unidade curricular é demonstrada através das seguintes relações:

O1. Proporcionar uma visão geral sobre a organização e sobre a sua gestão no contexto das sociedades atuais. [M 1] – [A1, A2 e A3] ou [A]

O2. Apresentar a evolução das principais teorias de gestão. [M1] – [A1, A2 e A3] ou [A]

O3. Analisar os principais conceitos e teorias no quadro das funções do processo de gestão. [M1, M2 e M3] – [A1, A2 e A3] ou [A]

O4. Definir missão, estratégia e objetivos organizacionais. [M1] – [A1, A2 e A3] ou [A]

O5. Caracterizar as diversas formas de estrutura organizacional. [M1] – [A1, A2 e A3] ou [A]

O6. Referir e explicar os objetivos e instrumentos da gestão. [M1, M2 e M3] – [A1, A2 e A3] ou [A]

O7. Abordar as diferentes áreas funcionais das organizações e suas inter-relações. [M1, M2 e M3] – [A1, A2 e A3] ou [A]

O8. Dar a conhecer as principais tendências da gestão moderna e das diferentes formas organizacionais. [M1, M2 e M3] – [A1, A2 e A3] ou [A]

O9. Contextualizar a organização face à sua envolvente com base nos diferentes paradigmas organizacionais. [M1, M2 e M3] – [A1, A2 e A3] ou [A]

O10. Compreender a gestão e o papel dos gestores no atual quadro de crescente complexidade organizacional e rápidas mudanças ambientais. [M1, M2 e M3] – [A1, A2 e A3] ou [A]

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

The consistency of the teaching and assessment methodologies with the learning objectives of the curricular unit is demonstrated through the following relationships:

- O1. Provide an overview of the organization and its management in the context of today's societies. [M 1] - [A1, A2 and A3] or [A]*
- O2. Present the evolution of the main management theories. [M1] - [A1, A2 and A3] or [A]*
- O3. Analyze the main concepts and theories within the framework of the functions of the management process. [M1, M2 and M3] - [A1, A2 and A3] or [A]*
- O4. Define mission, strategy and organizational objectives. [M1] - [A1, A2 and A3] or [A]*
- O5. Characterize the various forms of organizational structure. [M1] - [A1, A2 and A3] or [A]*
- O6. Refer to and explain the management objectives and instruments. [M1, M2 and M3] - [A1, A2 and A3] or [A]*
- O7. Address the different functional areas of organizations and their interrelationships. [M1, M2 and M3] - [A1, A2 and A3] or [A]*
- O8. Learn about the main trends in modern management and different organizational forms. [M1, M2 and M3] - [A1, A2 and A3] or [A]*
- O9. Contextualize the organization in relation to its surroundings based on the different organizational paradigms. [M1, M2 and M3] - [A1, A2 and A3] or [A]*
- O10. Understand management and the role of managers in today's increasingly complex organization and rapidly changing environment. [M1, M2 and M3] - [A1, A2 and A3] or [A]*

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

Carvalho, L. et. al (2022). Gestão das Organizações, Uma abordagem integrada e prospetiva. Lidel
Robbins, S. and Coulter, M. (2021). Management. Pearson.
Rodrigues, Ana Maria (2024). Princípios de Gestão das Organizações. Rei dos Livros.
Sebastião, T. (2022). Gestão das Organizações, 4ª Edição. Verlag Dashofer.

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

Carvalho, L. et. al (2022). Gestão das Organizações, Uma abordagem integrada e prospetiva. Lidel
Robbins, S. and Coulter, M. (2021). Management. Pearson.
Rodrigues, Ana Maria (2024). Princípios de Gestão das Organizações. Rei dos Livros.
Sebastião, T. (2022). Gestão das Organizações, 4ª Edição. Verlag Dashofer.

4.2.17. Observações (PT):

- Moodle: <https://moodle.ensinulusofona.pt/>*
- Plataforma Teams.*
- Internet, Biblioteca, bases de dados científicas.*

4.2.17. Observações (EN):

- Moodle: <https://moodle.ensinulusofona.pt/>*
- Teams Platform.*
- Internet, library, scientific databases.*

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

Gestão de Marcas

4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):

Brand Management

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

MKT

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

MKT

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):***125.0***4.2.5. Horas de contacto:***Presencial (P) - TP-24.0; PL-9.0; OT-1.0**Síncrona a distância (SD) - TP-9.0; OT-2.0***4.2.6. % Horas de contacto a distância:***24.44%***4.2.7. Créditos ECTS:***5.0***4.2.8. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular:***• Vasco Ribeiro Santos - 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):***Esta unidade curricular tem os seguintes objetivos de aprendizagem:*

- O1. Apresentar a natureza e a função da marca.*
- O2. Identificar os fatores que formam a marca.*
- O3. Apresentar e discutir as métricas para análise de desempenho da marca.*
- O4. Discutir os tipos e a identidade das marcas.*
- O5. Integrar a marca no portfólio de produtos e serviços.*
- O6. Apresentar os conceitos relacionados com a imagem e o posicionamento da marca.*
- O7. Caracterizar as políticas de marca.*
- O8. Transmitir valores éticos e de respeito pela propriedade intelectual.*
- O9. Analisar a imagem e o posicionamento de uma marca.*
- O10. Definir uma política de comunicação de uma marca integrando-a na estratégia de comunicação da empresa.*

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 has the following learning objectives:*

- O1. Present the nature and function of the brand.*
- O2. Identify the factors that make up the brand.*
- O3. Present and discuss metrics for analyzing brand performance.*
- O4. Discuss the types and identity of brands.*
- O5. Integrate the brand into the portfolio of products and services.*
- O6. Present the concepts related to brand image and positioning.*
- O7. Characterize brand policies.*
- O8. Transmit ethical values and respect for intellectual property.*
- O9. Analyze the image and positioning of a brand.*
- O10. Define a communication policy for a brand, integrating it into the company's communication strategy.*

4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):

1. A natureza e funções da marca.
2. Os fatores que formam a marca.
3. Métricas de análise e desempenho.
4. Estima e familiaridade da marca.
5. Tipos e identidade da marca.
6. O Portfólio de oferta de produtos e serviços e a gestão de marca.
7. A imagem, notoriedade e posicionamento.
8. Políticas de marca.
9. O Mix da Comunicação da Marca.
10. Novas tendências da marca.

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):

1. The nature and functions of the brand.
2. The factors that make up a brand.
3. Analysis and performance metrics.
4. Brand esteem and familiarity.
5. Types and brand identity.
6. The portfolio of products and services on offer and brand management.
7. Image, notoriety and positioning.
8. Brand policies.
9. The Brand Communication Mix.
10. New brand trends.

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

Os conteúdos programáticos estão em estreita ligação com os objetivos conforme se mostra na correspondência.

1. A natureza e funções da marca. [O1]
2. Os fatores que formam a marca. [O2]
3. Métricas de análise e desempenho. [O3]
4. Estima e familiaridade da marca. [O3, O4]
5. Tipos e identidade da marca. [O4]
6. O Portfólio de oferta de produtos e serviços e a gestão de marca. [O1, O5]
7. A imagem, notoriedade e posicionamento. [O6, O9]
8. Políticas de marca. [O7]
9. O Mix da Comunicação da Marca. [O1, O2, O3, O4, O5, O6, O7, O8, O9, O10]

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

The syllabus is closely linked to the objectives, as shown in the correspondence.

1. The nature and functions of the brand. [O1]
2. The factors that make up a brand. [O2]
3. Analysis and performance metrics. [O3]
4. Brand esteem and familiarity. [O3, O4]
5. Types and brand identity. [O4]
6. The portfolio of products and services on offer and brand management [O1, O5].
7. Image, notoriety and positioning. [O6, O9]
8. Brand policies. [O7]
9. The Brand Communication Mix. [O1, O2, O3, O4, O5, O6, O7, O8, O9, O10]

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

A metodologia articula-se entre as atividades a desenvolver em cada um dos momentos (síncrono a distância, presencial e autónomo pelos estudantes). As sessões síncronas a distância visam, sobretudo, os níveis taxonómicos associados ao conhecimento e à compreensão operacionalizadas através da apresentação e exploração dos conteúdos, proporcionando o primeiro contacto dos estudantes com os conteúdos. As sessões presenciais destinam-se a proporcionar a aplicação, análise, reflexão e síntese de modo a atingir os objetivos de aprendizagem.

Síncrono a distância:

M1. Métodos expositivo e interrogativo: apresentação e exploração dos conteúdos. Adicionalmente os estudantes são incentivados a participar em fóruns de discussão e wikis operacionalizados na plataforma LMS Moodle.

Presencial:

M2. Prática baseada na metodologia Aprendizagem Baseada em Projeto (ABP) visando encontrar solução para problemas identificados pelos estudantes ou propostos pelo docente, nomeadamente para a criação de um plano de comunicação da marca.

Autónomo:

M3. Pesquisa orientada proposta pelo docente visando consolidar as temáticas em estudo e fornecendo inputs para o trabalho prático desenvolvido pelos estudantes.

O docente dá feedback sobre o desenvolvimento do problema abordado na prática (Orientação tutorial – OT), presencialmente em contexto de sala de aula, ou através da plataforma de apoio ao ensino/aprendizagem Moodle.

Complementarmente, os estudantes podem interagir com o tutor virtual Philix.ai integrado na plataforma LMS Moodle.

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

The methodology is articulated between the activities to be carried out at each stage (synchronous distance learning, face-to-face learning and autonomous learning by the students). The synchronous distance sessions are mainly aimed at the taxonomic levels associated with knowledge and understanding, operationalised through the presentation and exploration of the content, providing students with their first contact with the content. The face-to-face sessions are designed to provide application, analysis, reflection and synthesis in order to achieve the learning objectives.

Synchronous distance learning:

M1. Expository and interrogative methods: presentation and exploration of the content. In addition, students are encouraged to participate in discussion forums and wikis operationalised on the LMS Moodle platform.

Face-to-face:

M2. Practice based on the Project-Based Learning (PBL) methodology aimed at finding solutions to problems identified by the students or proposed by the lecturer, namely for the creation of a brand communication plan.

Autonomous:

M3. Guided research proposed by the lecturer aimed at consolidating the themes under study and providing input for the practical work carried out by the students.

The teacher gives feedback on the development of the problem addressed in the practical (Tutorial Orientation - OT), in person in the classroom or via the Moodle teaching/learning support platform.

In addition, students can interact with the Philix.ai virtual tutor integrated into the Moodle LMS platform.

4.2.14. Avaliação (PT):

Avaliação Curricular (contínua):

A1. Trabalho prático (grupo). Este trabalho escrito consiste no resultado da resolução do problema proposto nas aulas práticas. As componentes do trabalho (desenvolvido por fases) serão submetidas na plataforma Moodle e será realizada uma apresentação/discussão final.

A2. Teste teórico/prático (individual). Consiste num teste escrito no final do semestre.

A classificação final é calculada através da fórmula Classificação Final = $A1 \cdot 0,5 + A2 \cdot 0,5$.

O estudante é aprovado se obtiver classificação igual ou superior a 9,5 valores.

A classificação mínima na avaliação curricular (contínua) é a seguinte:

- Trabalho prático (grupo): 10 valores

- Teste teórico/prático – no final do semestre (individual): 8 valores.

A avaliação dos trabalhos práticos em grupo, inclui a avaliação individual dos estudantes que terá uma ponderação de 40% na classificação do estudante nessa componente.

Avaliação Final ou em Época de Recurso ou Época Especial (A):

Hipótese 1:

A1. Trabalho prático (grupo). O estudante participou no trabalho de grupo e obteve classificação positiva na componente individual: mantém a nota que será considerada nestas épocas de avaliação.

A2. Teste teórico/prático (individual). O estudante realiza este Teste escrito em qualquer das épocas em que se submeta a avaliação.

A classificação final é calculada através da seguinte fórmula: $A1 \cdot 0,5 + A2 \cdot 0,5$.

Hipótese 2:

O estudante não participou no trabalho de grupo ou participando obteve classificação negativa na componente de avaliação individual.

Avaliação Final, Avaliação em Época de Recurso/Especial (A): O estudante realiza o exame teórico-prático escrito ($A=100\%$) e é aprovado se obtiver uma classificação igual ou superior a 9,5 valores em 20.

4.2.14. Avaliação (EN):

Curricular assessment (continuous):

A1. Practical work (group). This written work consists of the result of solving the problem proposed in the practical classes. The components of the work (developed in stages) will be submitted on the Moodle platform and a final presentation/discussion will be held.

A2. Theoretical/practical test (individual). This consists of a written test at the end of the semester.

The final grade is calculated using the formula $\text{Final Grade} = A1 \cdot 0.5 + A2 \cdot 0.5$.

Students pass if they obtain a mark of 9.5 or more.

The minimum mark in the curricular assessment (continuous) is as follows:

- Practical work (group): 10 marks

- Theoretical/practical test - at the end of the semester (individual): 8 marks.

The assessment of group practical work includes individual student assessment, which will have a weighting of 40 per cent in the student's classification in this component.

Final assessment or in the Appeal Period or Special Period (A):

Hypothesis 1:

A1. Practical work (group). The student took part in the group work and obtained a positive mark in the individual component: he/she keeps the mark that will be taken into account in these assessment periods.

A2. Theoretical/practical test (individual). The student takes this written test in any of the assessment periods.

The final grade is calculated using the following formula: $A1 \cdot 0.5 + A2 \cdot 0.5$.

Hypothesis 2:

The student has not taken part in the group work or has obtained a negative mark in the individual assessment component.

Final Assessment, Assessment in Appeal/Special Season (A): The student takes the written theoretical-practical exam ($A=100\%$) and passes if they obtain a mark equal to or greater than 9.5 out of 20.

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

A coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da Unidade curricular é demonstrada através das seguintes relações:

O1. Apresentar a natureza e a função da marca. [M1] – [A2] ou [A]

O2. Identificar os fatores que formam a marca. [M1, M2] – [A2] ou [A]

O3. Apresentar e discutir as métricas para análise de desempenho da marca. [M1, M2, M3] – [A1, A2] ou [A]

O4. Discutir os tipos e a identidade das marcas. [M1, M2, M3] – [A1, A2] ou [A]

O5. Integrar a marca no portfólio de produtos e serviços. [M1, M2, M3] – [A1, A2] ou [A]

O6. Apresentar os conceitos relacionados com a imagem e o posicionamento da marca. [M1, M2, M3] – [A1, A2] ou [A]

O7. Caracterizar as políticas de marca. [M1, M2, M3] – [A1, A2] ou [A]

O8. Transmitir valores éticos e de respeito pela propriedade intelectual. [M1, M2, M3] – [A1, A2] ou [A]

O9. Analisar a imagem e o posicionamento de uma marca. [M1, M2, M3] – [A1, A2] ou [A]

O10. Definir uma política de comunicação de uma marca integrando-a na estratégia de comunicação da empresa. [M1, M2, M3] – [A1, A2] ou [A]

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

The consistency of the teaching and assessment methodologies with the learning objectives of the curricular unit is demonstrated through the following relationships:

O1. Present the nature and function of the brand. [M1] - [A2] or [A]

O2. Identify the factors that make up the brand. [M1, M2] - [A2] or [A]

O3. Present and discuss the metrics for analyzing brand performance. [M1, M2, M3] - [A1, A2] or [A]

O4. Discuss the types and identity of brands. [M1, M2, M3] - [A1, A2] or [A]

O5. Integrate the brand into the portfolio of products and services. [M1, M2, M3] - [A1, A2] or [A]

O6. Present the concepts related to brand image and positioning. [M1, M2, M3] - [A1, A2] or [A]

O7. Characterize brand policies. [M1, M2, M3] - [A1, A2] or [A]

O8. Transmitting ethical values and respect for intellectual property. [M1, M2, M3] - [A1, A2] or [A]

O9. Analyze the image and positioning of a brand. [M1, M2, M3] - [A1, A2] or [A]

O10. Define a communication policy for a brand, integrating it into the company's communication strategy. [M1, M2, M3] - [A1, A2] or [A]

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

Beverland, M. & Cankurtaran, P. (2024). *Brand Management, Co-creating Meaningful Brands*. SAGE Publications Ltd.

Burmman et al., (2023). *Identity-Based Brand Management, Fundamentals—Strategy—Implementation—Controlling*. Spring Nature Link.

Singh, J. & Shukla, P. (2024). *Brand Management, Principles and Applications for Effective Branding*. KoganPage.

Wheeler, A. & Maeyerson, R. (2024). *Designing Brand Identity: A Comprehensive Guide to the World of Brands and Branding*. Wiley.

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

Beverland, M. & Cankurtaran, P. (2024). *Brand Management, Co-creating Meaningful Brands*. SAGE Publications Ltd.
Burmam et al., (2023). *Identity-Based Brand Management, Fundamentals—Strategy—Implementation—Controlling*. Springer Nature Link.
Singh, J. & Shukla, P. (2024). *Brand Management, Principles and Applications for Effective Branding*. KoganPage.
Wheeler, A. & Maeyerson, R. (2024). *Designing Brand Identity: A Comprehensive Guide to the World of Brands and Branding*. Wiley.

4.2.17. Observações (PT):

Recursos específicos:

- Moodle: <https://moodle.ensinulusofona.pt/>
- Plataforma Teams.
- Internet, Biblioteca, bases de dados científicas.
- Laboratório informático com ligação à internet e vídeo projetor.
- Software Office 365 e/ou Google Suite.

4.2.17. Observações (EN):

Specific resources:

- Moodle: <https://moodle.ensinulusofona.pt/>
- Teams platform.
- Internet, library, scientific databases.
- Computer lab with internet connection and video projector.
- Office 365 and/or Google Suite software.

Mapa III - Gestão de Pessoas nas Organizações**4.2.1. Designação da unidade curricular (PT):**

Gestão de Pessoas nas Organizações

4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):

People Management in Organizations

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

GAD

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

MAD

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):

125.0

4.2.5. Horas de contacto:

Presencial (P) - TP-33.0; OT-1.0

Síncrona a distância (SD) - TP-9.0; OT-2.0

4.2.6. % Horas de contacto a distância:

24.44%

4.2.7. Créditos ECTS:

5.0

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

- Isabel Maria Silva Rodrigues Pinto dos Reis - 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):

Esta unidade curricular tem os seguintes objetivos de aprendizagem:

- O1. Conhecer e compreender os principais conceitos da gestão de pessoas.
- O2. Apresentar os principais processos e técnicas de gestão de pessoas no contexto das organizações.
- O3. Identificar o contexto da função recursos humanos no âmbito global da empresa.
- O4. Comparar e relacionar os processos e técnicas relativas à gestão de pessoas.
- O5. Conhecer aplicar os principais métodos e técnicas na gestão de pessoas.

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 has the following learning objectives:

- O1. Know and understand the main concepts of people management.
- O2. Present the main people management processes and techniques in the context of organisations.
- O3. Identify the context of the human resources function within the overall company.
- O4. Compare and relate people management processes and techniques.
- O5. Know how to apply the main methods and techniques in people management.

4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):

1. A função de recursos humanos no âmbito global da organização: A organização e a função de recursos humanos; A cultura organizacional; A evolução histórica da gestão de recursos humanos.
2. Descrição e análise de funções.
3. Recrutamento e seleção.
4. Acolhimento, integração e socialização organizacional.
5. Avaliação de desempenho.
6. Planeamento de carreiras.
7. Gestão de desempenho e instrumentos de gestão.
8. Gestão da retribuição e dos benefícios.

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):

1. The human resources function within the overall scope of the organization: The organization and the human resources function; Organizational culture; The historical evolution of human resources management.
2. Description and analysis of functions.
3. Recruitment and selection.
4. Reception, integration and organizational socialization.
5. Performance evaluation.
6. Career planning.
7. Performance management and management tools.
8. Compensation and benefits management.

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

Os conteúdos programáticos estão em estreita ligação com os objetivos conforme se mostra na correspondência.

1. A função de recursos humanos no âmbito global da organização: A organização e a função de recursos humanos; A cultura organizacional; A evolução histórica da gestão de recursos humanos. [O1, O3]
2. Descrição e análise de funções. [O1, O2, O3, O4]
3. Recrutamento e seleção. [O2, O3, O4]
4. Acolhimento, integração e socialização organizacional. [O2, O4, O5]
5. Avaliação de desempenho. [O2, O4, O5]
6. Planeamento de carreiras. [O2, O3, O4, O5]
7. Gestão de desempenho e instrumentos de gestão. [O2, O4, O5]
8. Gestão da retribuição e dos benefícios. [O2, O4, O5]

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

The syllabus is closely linked to the objectives, as shown in the correspondence.

- 1. The human resources function within the overall scope of the organization: The organization and the human resources function; Organizational culture; The historical evolution of human resources management. [O1, O3]*
- 2. Description and analysis of functions. [O1, O2, O3, O4]*
- 3. Recruitment and selection. [O2, O3, O4]*
- 4. Reception, integration and organizational socialization. [O2, O4, O5]*
- 5. Performance evaluation. [O2, O4, O5]*
- 6. Career planning. [O2, O3, O4, O5]*
- 7. Performance management and management tools. [O2, O4, O5]*
- 8. Compensation and benefits management. [O2, O4, O5]*

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

A metodologia articula-se entre as atividades a desenvolver em cada um dos momentos (síncrono a distância, presencial e autónomo pelos estudantes). As sessões síncronas a distância visam, sobretudo, os níveis taxonómicos associados ao conhecimento e à compreensão operacionalizadas através da apresentação discussão de conteúdos complementados com a análise de pequenos casos práticos. As sessões presenciais destinam-se a proporcionar a aplicação, análise, reflexão e síntese de modo a atingir os objetivos de aprendizagem.

Síncrono a Distância:

M1. Exposição e discussão dos conteúdos da unidade curricular. Os estudantes são incentivados ao longo das aulas para o debate dos temas apresentados através da análise e discussão de Casos práticos propostos pelo docente. Estas atividades têm cariz formativo e as análises escritas são submetidas na plataforma Moodle. O docente dá o feedback aos estudantes sobre os mesmos.

Presencial:

M2. Aplicação prática através de estudos de casos complementados com a utilização de estratégias de gamificação com a finalidade de aumentar a motivação e o interesse dos estudantes. Como estratégia de reforço do interesse e motivação dos estudantes serão utilizadas estratégias de jogos (gamificação). Estes casos destinam-se a consolidar os conhecimentos dos estudantes e concretizados através da utilização das ferramentas de gamificação disponíveis na plataforma LMS Moodle.

Autónoma:

M3. Consolidação dos conteúdos lecionados em aula através de pesquisa de informação adicional sobre as diferentes temáticas abordadas e desenvolvimento de trabalho suplementar proposto pelo docente. Os estudantes submetem os trabalhos suplementares na plataforma Moodle.

O docente dá feedback (Orientação Tutorial – OT) sobre os resultados obtidos pelo estudante na resolução dos estudos de caso e na resolução do trabalho suplementar proposto, presencialmente em contexto de sala de aula ou a distância em modo assíncrono através da plataforma Moodle.

Complementarmente, os estudantes podem interagir com o tutor virtual Philix.ai integrado na plataforma LMS Moodle.

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

The methodology is articulated between the activities to be carried out at each stage (synchronous distance learning, face-to-face and autonomous by the students). The synchronous distance sessions are aimed above all at the taxonomic levels associated with knowledge and understanding, operationalised through the presentation and discussion of content complemented by the analysis of small practical cases. The face-to-face sessions are designed to provide application, analysis, reflection and synthesis in order to achieve the learning objectives.

Synchronous Distance Learning:

M1. Presentation and discussion of the contents of the course. Throughout the lessons, students are encouraged to debate the topics presented by analysing and discussing practical cases proposed by the lecturer. These activities are formative in nature and the written analyses are submitted on the Moodle platform. The lecturer gives the students feedback on them.

Face-to-face:

M2. Practical application through case studies complemented by the use of gamification strategies to increase student motivation and interest. Game strategies (gamification) will be used as a strategy to reinforce student interest and motivation. These cases are designed to consolidate students' knowledge and are realised through the use of the gamification tools available on the LMS Moodle platform.

Autonomous:

M3. Consolidation of the content taught in class by researching additional information on the different topics covered and developing additional work proposed by the teacher. Students submit supplementary work on the Moodle platform.

The lecturer gives feedback (Tutorial Guidance - OT) on the results obtained by the student in solving the case studies and the supplementary work proposed, in person in the classroom or remotely in asynchronous mode via the Moodle platform. In addition, students can interact with the virtual tutor Philix.ai integrated into the LMS Moodle platform.

4.2.14. Avaliação (PT):

Avaliação Curricular (continua):

A1. Casos práticos analisados nas aulas (jogos em grupo). Respostas/resultados submetidos na plataforma Moodle.

A2. Trabalho em grupo. Consiste num trabalho escrito submetido na plataforma Moodle com apresentação e discussão em aula.

A3. Teste de avaliação individual. Este teste é escrito e será realizado no final da unidade curricular.

A classificação final é calculada através da fórmula $\text{Classificação Final} = 0,2 \cdot A1 + 0,4 \cdot A2 + 0,4 \cdot A3$.

O estudante é aprovado se a classificação final for igual ou superior a 9,5 valores em 20.

A classificação mínima na avaliação curricular (continua) é a seguinte:

- Casos práticos analisados nas aulas (jogos): 10 valores

- Teste de avaliação individual: 8 valores

- Trabalho em grupo: 10 valores

A avaliação dos trabalhos práticos em grupo, inclui a avaliação individual dos estudantes que terá uma ponderação de 40% na classificação do estudante nessa componente.

Avaliação Final / Avaliação em Época de Recurso/Especial (A):

Hipótese 1:

A1. Casos práticos analisados nas aulas (jogos em grupo). O estudante participou nestas atividades e obteve classificação positiva na componente de avaliação individual: mantém a nota que será considerada nestas épocas de avaliação.

A2. Trabalho em grupo. O estudante participou no trabalho de grupo e obteve classificação positiva na componente de avaliação individual: mantém a nota que será considerada nestas épocas de avaliação.

A3. Teste de avaliação (individual). O estudante realiza este Teste escrito em qualquer das épocas em que se submeta a avaliação.

A classificação final é calculada através da fórmula prevista na avaliação Curricular (continua).

Hipótese 2:

O estudante não participou nos Casos práticos analisados nas aulas e/ou no trabalho de grupo ou participando obteve classificação negativa na componente de avaliação individual.

Avaliação Final, Avaliação em Época de Recurso/Especial (A): O estudante realiza o exame teórico-prático escrito ($A=100\%$) e é aprovado se obtiver uma classificação igual ou superior a 9,5 valores em 20.

4.2.14. Avaliação (EN):

Curricular assessment (continuous):

A1. Practical cases analysed in class (group games). Answers/results submitted on the Moodle platform.

A2. Group work. Consists of a written assignment submitted on the Moodle platform and subject to presentation and discussion.

A3. Individual assessment test. This test is written and will be taken at the end of the course.

The final grade is calculated using the formula $\text{Final Grade} = 0,2 \cdot A1 + 0,4 \cdot A2 + 0,4 \cdot A3$.

The student is approved if the final mark is equal to or greater than 9.5 out of 20.

The minimum classification in the curricular assessment (continuous) is as follows:

- Practical cases analysed in class (games): 10 points

- Individual assessment test: 8 marks

- Group work: 10 marks

The assessment of the practical group work includes the students' individual assessment, which will have a weighting of 40 per cent in the student's classification in this component.

Final Evaluation / Evaluation in Appeal/Special Season (A):

Hypothesis 1:

A1. Practical cases analysed in class (group games). The student took part in these activities and obtained a positive mark in the individual assessment component: the mark that will be taken into account in these assessment periods is maintained.

A2. Group work. The student took part in the group work and obtained a positive mark in the individual assessment component: the mark that will be taken into account in these assessment periods is maintained.

A3. Assessment test (individual). The student takes this written test in any of the assessment periods.

The final mark is calculated using the formula laid down in the Curricular assessment (continuous).

Hypothesis 2:

The student did not take part in the practical cases analysed in class and/or in the group work or, if they did, they obtained a negative mark in the individual assessment component.

Final Assessment, Assessment in Appeal/Special Season (A): The student takes the written theoretical-practical exam ($A=100\%$) and is approved if they obtain a mark equal to or greater than 9.5 out of 20.

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

A coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da Unidade curricular é demonstrada através das seguintes relações:

- O1. Conhecer e compreender os principais conceitos da gestão de pessoas. [M1, M2, M3] – [A1, A3] ou [A]
- O2. Apresentar os principais processos e técnicas de gestão de pessoas no contexto das organizações. [M1, M2, M3] – [A1, A3] ou [A]
- O3. Identificar o contexto da função recursos humanos no âmbito global da empresa. [M1, M2, M3] – [A1, A2, A3] ou [A]
- O4. Comparar e relacionar os processos e técnicas relativas à gestão de pessoas. [M1, M2, M3] – [A1, A2, A3] ou [A]
- O5. Conhecer e aplicar os principais métodos e técnicas na gestão de pessoas. [M1, M2, M3] – [A1, A2, A3] ou [A]

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

The consistency of the teaching and assessment methodologies with the learning objectives of the curricular unit is demonstrated by the following relationships:

- O1. Know and understand the main concepts of people management. [M1, M2, M3] - [A1, A3] or [A]
- O2. Present the main people management processes and techniques in the context of organisations. [M1, M2, M3] - [A1, A3] or [A]
- O3. Identify the context of the human resources function within the company as a whole. [M1, M2, M3] - [A1, A2, A3] or [A]
- O4. Compare and relate the processes and techniques relating to people management. [M1, M2, M3] - [A1, A2, A3] or [A]
- O5. Know and apply the main methods and techniques in people management. [M1, M2, M3] - [A1, A2, A3] or [A]

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

Fachada, Odete (2024). *Liderança, A Prática da Liderança - A Liderança na Prática*. Edições Sílabo
Grosse, Robert (2023). *A New Approach to Cross-Cultural People Management*
People are People. Routledge
Proença, T.; Veloso, A. (2023). *Tendências no Trabalho e na Gestão de Pessoas*. Editora RH
Rees, G. & French, R. (2022). *Strategic People Management and Development, Theory and Practice*. KoganPage
Sotomayor, A. M. (2021). *Princípios de Gestão de Recursos Humanos*. Rei dos Livros.

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

Fachada, Odete (2024). *Liderança, A Prática da Liderança - A Liderança na Prática*. Edições Sílabo
Grosse, Robert (2023). *A New Approach to Cross-Cultural People Management*
People are People. Routledge
Proença, T.; Veloso, A. (2023). *Tendências no Trabalho e na Gestão de Pessoas*. Editora RH
Rees, G. & French, R. (2022). *Strategic People Management and Development, Theory and Practice*. KoganPage
Sotomayor, A. M. (2021). *Princípios de Gestão de Recursos Humanos*. Rei dos Livros.

4.2.17. Observações (PT):

Recursos específicos:

- Moodle: <https://moodle.ensinolusofona.pt/>
- Plataforma Teams.
- Internet, Biblioteca, bases de dados científicas.

4.2.17. Observações (EN):

Specific resources:

- Moodle: <https://moodle.ensinolusofona.pt/>
- Teams platform.
- Internet, library, scientific databases

Mapa III - Gestão de Preço e do Produto**4.2.1. Designação da unidade curricular (PT):**

Gestão de Preço e do Produto

4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):

Price and Product Management

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (PT):*MKT***4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (EN):***MKT***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):***125.0***4.2.5. Horas de contacto:***Presencial (P) - TP-21.0; PL-12.0; OT-1.0**Síncrona a distância (SD) - TP-9.0; OT-2.0***4.2.6. % Horas de contacto a distância:***24.44%***4.2.7. Créditos ECTS:***5.0***4.2.8. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular:***• João Paulo Résio Farinha - 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):***Esta unidade curricular tem os seguintes objetivos de aprendizagem:**O1. Apresentar as estratégias e as táticas relacionadas com a gestão do preço e do produto.**O2. Conhecer e compreender a necessidade de mudança e evolução das técnicas de gestão do produto e do preço ao longo do tempo.**O3. Avaliar oportunidades comerciais e ameaças competitivas para um produto ou para novos produtos, e conhecer os métodos de fixação de preço.**O4. Definir posicionamento de produtos com apoio em ferramentas analíticas.**O5. Diferenciar estratégias e táticas de preços e distinguir as mais apropriadas consoante a fase do ciclo de vida do produto e os canais de distribuição.***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 has the following learning objectives:**O1. Present the strategies and tactics related to price and product management.**O2. To know and understand the need for change and the evolution of product and price management techniques over time.**O3. Evaluate commercial opportunities and competitive threats for a product or new products, and be familiar with pricing methods.**O4. Define product positioning using analytical tools.**O5. Differentiate pricing strategies and tactics and distinguish the most appropriate ones depending on the stage of the product's life cycle and distribution channels.*

4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):

1. O Produto: Conceito de produto. Tipologias de produtos.
2. A gestão da diferenciação do produto através do conceito de Produto Total.
3. O ciclo de vida do produto (CVP). Estratégias para o produto ao longo do ciclo de vida. As matrizes de portfólio como instrumento de apoio à análise de Marketing; Novos produtos.
4. As perceções do produto: Imagem e posicionamento. Análise Importância Desempenho. Qualidade e valor. Promoções.
5. O Preço: Custos e preços. A elasticidade do preço na procura seletiva. Preço e competição. 6. Técnicas de fixação de preços: O preço nas linhas de produtos. O preço e o papel da informação e do contexto na compra.

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):

1. The Product: Product concept. Types of products.
2. Managing product differentiation through the Total Product concept.
3. The product life cycle (PLC). Product strategies throughout the life cycle. Portfolio matrices as a support tool for marketing analysis; New products.
4. product perceptions: image and positioning. Importance-Performance analysis. Quality and value. Promotions.
5. Price: Costs and prices. Price elasticity in selective demand. Price and competition. 6. pricing techniques: Price in product lines. Price and the role of information and context in purchasing.

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

Os conteúdos programáticos estão em estreita ligação com os objetivos conforme se mostra na correspondência.

1. O Produto: Conceito de produto. Tipologias de produtos. [O1]
2. A gestão da diferenciação do produto através do conceito de Produto Total. [O1, O2, O4]
3. O ciclo de vida do produto (CVP): Estratégias para o produto ao longo do ciclo de vida. As matrizes de portfólio como instrumento de apoio à análise de Marketing. Novos produtos. [O1, O2, O4, O5]
4. As perceções do produto: Imagem e posicionamento. Análise Importância Desempenho. Qualidade e valor. Promoções. [O1, O2, O4, O5]
5. O Preço: Custos e preços. A elasticidade do preço na procura seletiva. Preço e competição. [O1, O2, O3, O4, O5]
6. Técnicas de fixação de preços: O preço nas linhas de produtos. O preço e o papel da informação e do contexto na compra. [O1, O2, O3, O4, O5]

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

The syllabus is closely linked to the objectives, as shown in the correspondence.

1. The Product: Product concept. Types of products. [O1]
2. Managing product differentiation through the Total Product concept. [O1, O2, O4]
3. The product life cycle (PLC): Product strategies throughout the life cycle. Portfolio matrices as a support tool for marketing analysis. New products. [O1, O2, O4, O5]
4. product perceptions: image and positioning. Importance-Performance analysis. Quality and value. Promotions. [O1, O2, O4, O5]
5. Price: Costs and prices. Price elasticity in selective demand. Price and competition. [O1, O2, O3, O4, O5]
6. Pricing techniques: Price in product lines. Price and the role of information and context in purchasing. [O1, O2, O3, O4, O5]

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

A metodologia articula-se entre as atividades a desenvolver em cada um dos momentos (síncrono a distância, presencial e autónomo pelos estudantes). As sessões síncronas a distância visam, sobretudo, os níveis taxonómicos associados ao conhecimento e à compreensão operacionalizadas através da apresentação e exploração dos conteúdos, enquanto as sessões presenciais visam o aprofundamento dos conteúdos proporcionando a aplicação, análise, reflexão e síntese de modo a atingir os objetivos de aprendizagem de cada um dos tópicos.

Síncrono a Distância:

M1. Método expositivo para introduzir os conceitos e estruturar o raciocínio combinado como o método interrogativo para a consolidação da aprendizagem, na vertente teórica de cada capítulo.

Presencial:

M2. Aplicação prática através da realização de exercícios aplicados, simulações, casos de estudo, análise e resolução de problemas aplicado a situações reais ou simuladas real.

Autónoma:

M3. Consolidação dos conteúdos lecionados em aula através de pesquisa de informação adicional sobre as diferentes temáticas abordadas e desenvolvimento de trabalho suplementar proposto pelo docente. Os estudantes submetem os trabalhos suplementares na plataforma Moodle.

O docente dá feedback (Orientação Tutorial – OT) sobre os resultados obtidos pelo estudante na resolução dos estudos de caso e na resolução do trabalho suplementar proposto, presencialmente em contexto de sala de aula ou a distância em modo assíncrono através da plataforma Moodle.

Complementarmente, os estudantes podem interagir com o tutor virtual Philix.ai integrado na plataforma LMS Moodle.

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

The methodology is articulated between the activities to be carried out at each stage (synchronous distance learning, face-to-face and autonomous by the students). The synchronous distance sessions are mainly aimed at the taxonomic levels associated with knowledge and understanding, operationalised through the presentation and exploration of the content, while the face-to-face sessions are aimed at deepening the content by providing application, analysis, reflection and synthesis in order to achieve the learning objectives of each topic.

Synchronous distance learning:

M1. Expository method to introduce concepts and structure reasoning combined with the interrogative method to consolidate learning, in the theoretical aspect of each chapter.

Face-to-face:

M2. Practical application by carrying out applied exercises, simulations, case studies, analysing and solving problems applied to real or simulated real situations.

Autonomous:

M3. Consolidation of the content taught in class by researching additional information on the different topics covered and developing additional work proposed by the lecturer. Students submit supplementary work on the Moodle platform.

The lecturer gives feedback (Tutorial Guidance - OT) on the results obtained by the student in solving the case studies and the supplementary work proposed, in person in the classroom or remotely in asynchronous mode via the Moodle platform.

In addition, students can interact with the Philix.ai virtual tutor integrated into the Moodle LMS platform.

4.2.14. Avaliação (PT):

Avaliação Curricular (contínua):

A1. Trabalho em grupo. Trabalho escrito submetido na plataforma Moodle e apresentado e discutido em sala.

A2. Exercício/teste de avaliação individual. Consiste numa avaliação escrita a realizar no final do semestre.

A classificação final é calculada através da fórmula $\text{Classificação Final} = 0,4 \cdot A1 + 0,6 \cdot A2$.

O estudante é aprovado se a classificação final for igual ou superior a 9,5 valores em 20.

A classificação mínima na avaliação curricular (contínua) é a seguinte:

- Exercício/teste de avaliação individual. 8 valores

- Trabalho em grupo: 10 valores

A avaliação dos trabalhos práticos em grupo, inclui a avaliação individual dos estudantes que terá uma ponderação de 40% na classificação do estudante nessa componente.

Avaliação Final / Avaliação em Época de Recurso/Especial (A):

Hipótese 1:

A1. Trabalho em grupo. O estudante participou no trabalho de grupo e obteve classificação positiva na componente individual: mantém a nota que será considerada nestas épocas de avaliação.

A2. Teste teórico/prático (individual). O estudante realiza este Teste escrito em qualquer das épocas em que se submeta a avaliação.

A classificação final é calculada através da fórmula prevista na avaliação Curricular (contínua).

Hipótese 2:

O estudante não participou no trabalho de grupo ou participando obteve classificação negativa na componente de avaliação individual.

Avaliação Final, Avaliação em Época de Recurso/Especial (A): O estudante realiza o exame teórico-prático escrito (A=100%) e é aprovado se obtiver uma classificação igual ou superior a 9,5 valores em 20.

4.2.14. Avaliação (EN):

Curricular assessment (continuous):

A1. Group work. Written work submitted on the Moodle platform and presented and discussed in class.

A2. Individual assessment exercise/test. This consists of a written assessment at the end of the semester.

The final grade is calculated using the formula $\text{Final Grade} = 0.4 \cdot A1 + 0.6 \cdot A2$.

The student is approved if the final mark is equal to or greater than 9.5 out of 20.

The minimum classification in the curricular assessment (continuous) is as follows:

- Individual assessment exercise/test. 8 marks

- Group work: 10 marks

The assessment of the practical group work includes the students' individual assessment, which will have a weighting of 40 per cent in the student's classification in this component.

Final Assessment / Assessment in Appeal/Special Period (A):

Hypothesis 1:

A1. Group work. The student took part in the group work and obtained a positive mark in the individual component: the mark that will be taken into account in these assessment periods is maintained.

A2. Theoretical/practical test (individual). The student takes this written test in any of the assessment periods.

The final mark is calculated using the formula laid down in the Curricular assessment (continuous).

Hypothesis 2:

The student did not take part in the group work or, if they did, obtained a negative mark in the individual assessment component.

Final Assessment, Assessment in Appeal/Special Season (A): The student takes the written theoretical-practical exam (A=100%) and is approved if they obtain a mark equal to or greater than 9.5 out of 20.

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

A coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da Unidade curricular é demonstrada através das seguintes relações:

O1. Apresentar as estratégias e as táticas relacionadas com a gestão do preço e do produto. [M1, M2, M3] – [A2] ou [A]

O2. Conhecer e compreender a necessidade de mudança e evolução das técnicas de gestão do produto e do preço ao longo do tempo.

[M1, M2, M3] – [A2] ou [A]

O3. Avaliar oportunidades comerciais e ameaças competitivas para um produto ou para novos produtos, e conhecer os métodos de fixação de preço. [M1, M2, M3] – [A2] ou [A]

O4. Definir posicionamento de produtos com apoio em ferramentas analíticas. [M1, M2, M3] – [A1, A2] ou [A]

O5. Diferenciar estratégias e táticas de preços e distinguir as mais apropriadas consoante a fase do ciclo de vida do produto e os canais de distribuição. [M1, M2, M3] – [A1, A2] ou [A]

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

The consistency of the teaching and assessment methodologies with the learning objectives of the curricular unit is demonstrated by the following relationships:

O1. Present the strategies and tactics related to price and product management. [M1, M2, M3] - [A2] or [A]

O2. Know and understand the need for change and the evolution of product and price management techniques over time. [M1, M2, M3] - [A2] or [A]

O3. Evaluate commercial opportunities and competitive threats for a product or new products, and understand pricing methods. [M1, M2, M3] - [A2] or [A]

O4. Define product positioning using analytical tools. [M1, M2, M3] - [A1, A2] or [A]

O5. Differentiate pricing strategies and tactics and distinguish the most appropriate ones depending on the stage of the product's life cycle and distribution channels. [M1, M2, M3] - [A1, A2] or [A]

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

Di Benedetto, C., Crawford C. (2021) New Products Management, McGraw-Hill Education – Europe.

Holden, Reed & Burton, Mark. (2023). Pricing with confidence: Ten Rules for Increasing Profits and Staying Ahead of Inflation. John Wiley & Sons

LeMay, M. (2021). Product Management in Practice - A Real-World Guide to the Key Connective Role of the 21st Century. O' Reilly Media, Inc.

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

Di Benedetto, C., Crawford C. (2021) New Products Management, McGraw-Hill Education – Europe.

Holden, Reed & Burton, Mark. (2023). Pricing with confidence: Ten Rules for Increasing Profits and Staying Ahead of Inflation. John Wiley & Sons

LeMay, M. (2021). Product Management in Practice - A Real-World Guide to the Key Connective Role of the 21st Century. O' Reilly Media, Inc.

4.2.17. Observações (PT):

Recursos específicos:

- Moodle: <https://moodle.ensinulusofona.pt/>

- Plataforma Teams.

- Internet, Biblioteca, bases de dados científicas.

- Laboratório informático com ligação à internet e vídeo projetor.

- Software Office 365 e/ou Google Suite.

4.2.17. Observações (EN):

Specific resources:

- Moodle: <https://moodle.ensinulusofona.pt/>

- Teams platform.

- Internet, library, scientific databases.

- Computer lab with internet connection and video projector.

- Office 365 and/or Google Suite software.

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

Gestão de Projetos

4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):

Project Management

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

GAD

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

MAD

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):***100.0***4.2.5. Horas de contacto:***Presencial (P) - TP-18.0; PL-15.0; OT-1.0**Síncrona a distância (SD) - TP-9.0; OT-2.0***4.2.6. % Horas de contacto a distância:***24.44%***4.2.7. Créditos ECTS:***4.0***4.2.8. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular:***• João Pedro da Cruz Fernandes Thomaz - 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):***Esta unidade curricular tem os seguintes objetivos de aprendizagem:**O1. Apresentar os conceitos fundamentais sobre a gestão de projetos.**O2. Apresentar as fases de um projeto e desenvolver os aspetos específicos relacionados com cada uma delas.**O3. Discutir as metodologias ágeis na gestão de projetos.**O4. Aplicar os conceitos de gestão de projetos no contexto empresarial.**O5. Aplicar os conhecimentos adquiridos num contexto de simulação, incorporando não só os conhecimentos adquiridos nesta unidade curricular, mas também os conhecimentos adquiridos noutras unidades curriculares.**O6. Desenvolver e gerir um projeto incorporando nessa gestão os conhecimentos teóricos e práticos adquiridos.***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 has the following learning objectives:**O1. Introduce the fundamental concepts of project management.**O2. Present the phases of a project and develop the specific aspects related to each one.**O3. Discuss agile methodologies in project management.**O4. Apply project management concepts in a business context.**O5. Apply the knowledge acquired in a simulation context, incorporating not only the knowledge acquired in this curricular unit, but also the knowledge acquired in other courses.**O6. Develop and manage a project incorporating the theoretical and practical knowledge acquired.***4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):***1. Introdução aos projetos e à gestão projetos: Conceitos. Certificações Técnicas. Gestão de Projetos nas Organizações.**2. Standard do PMI para a Gestão Projetos. PMBOK: Processos do Ciclo de Vida do Projeto. Áreas de Conhecimento para a Gestão Projetos. Competências do Gestor Projeto.**3. O Ciclo de vida Projeto: Iniciação/Abertura. Organização e Planeamento. Execução e Controlo. Encerramento do Projeto.**4. Métodos Ágeis para a Gestão de Projetos: Introdução ao SCRUM. Organização de uma Equipa SCRUM: Funções e Responsabilidades. Planeamento Ágil. Contratualização de Projetos Ágeis. Escalabilidade e Integração em SCRUM.***4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):***1. Introduction to projects and project management: Concepts. Technical Certifications. Project Management in Organizations.**2. PMI Standard for Project Management. PMBOK: Project Life Cycle Processes. Areas of Knowledge for Project Management. Project Manager Skills.**3. The Project Life Cycle: Initiation/Opening. Organization and Planning. Execution and Control. Project Closing.**4. Agile Methods for Project Management: Introduction to SCRUM. Organization of a SCRUM Team: Roles and Responsibilities. Agile Planning. Contracting Agile Projects. Scalability and Integration in SCRUM.*

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

Os conteúdos programáticos estão em estreita ligação com os objetivos conforme se mostra na correspondência.

- 1. Introdução aos projetos e à gestão projetos: Conceitos. Certificações Técnicas. Gestão de Projetos nas Organizações. [O1]*
- 2. Standard do PMI para a Gestão Projetos. PMBOK: Processos do Ciclo de Vida do Projeto. Áreas de Conhecimento para a Gestão Projetos. Competências do Gestor Projeto. [O2, O4, O5, O6]*
- 3. O Ciclo de vida Projeto: Iniciação/Abertura. Organização e Planeamento. Execução e Controlo. Encerramento do Projeto. [O2, O4, O5, O6]*
- 4. Métodos Ágeis para a Gestão de Projetos: Introdução ao SCRUM. Organização de uma Equipa SCRUM: Funções e Responsabilidades. Planeamento Ágil. Contratualização de Projetos Ágeis. Escalabilidade e Integração em SCRUM. [O3, O4, O5, O6]*

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

The programme contents are closely linked to the objectives as shown in the correspondence.

- 1 Introduction to projects and project management: Concepts. Technical certifications. Project Management in Organisations. [O1]*
- 2. PMI Standard for Project Management. PMBOK: Project Life Cycle Processes. Knowledge Areas for Project Management. Project Manager Competences. [O2, O4, O5, O6]*
- 3. The Project Life Cycle: Initiation/Opening. Organisation and Planning. Execution and Control. Project Closure. [O2, O4, O5, O6]*
- 4. Agile Methods for Project Management: Introduction to SCRUM. Organising a SCRUM Team: Roles and Responsibilities. Agile Planning. Agile Project Contractualisation. Scalability and Integration in SCRUM. [O3, O4, O5, O6]*

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

A metodologia articula-se entre as atividades a desenvolver em cada um dos momentos (síncrono a distância, presencial e autónomo pelos estudantes). As sessões síncronas a distância, visam atingir os níveis taxonómicos associados ao conhecimento e à compreensão operacionalizadas através da apresentação e exploração dos conteúdos, enquanto as sessões presenciais, baseadas em metodologias ativas, destinam-se a aprofundar os conteúdos proporcionando a aplicação, análise, reflexão e síntese de modo a atingir os objetivos de aprendizagem de cada um dos tópicos.

As metodologias incluem ainda o trabalho autónomo dos estudantes aos quais é proposto a pesquisa e aprofundamento dos temas desenvolvidos na prática.

Síncrono a distância:

M1. Método expositivo: são explorados os conteúdos programáticos definidos. Complementarmente, é utilizado o método demonstrativo para apresentar exemplos concretos de aplicação dos conteúdos.

Presencial:

M2. Exploração de soluções de software para gerir projetos (MS Project, Trello ou Jira).

M3. Prática laboratorial: baseada na metodologia Aprendizagem Baseada em Resolução de Problemas (ABRP) visando encontrar solução para problemas identificados pelos estudantes ou propostos pelo docente. O docente complementa o desenvolvimento da prática laboratorial com estratégias de aula invertida através das quais disponibiliza, através da plataforma Moodle, antecipadamente vídeos e outros documentos que servirão de orientação/estudo para o trabalho realizado nas aulas.

Autónomo:

M4. Pesquisa orientada proposta pelo docente visando consolidar as temáticas em estudo e fornecendo inputs para o trabalho prático desenvolvido pelos estudantes.

O docente dá feedback sobre o desenvolvimento do problema abordado na prática laboratorial (Orientação tutorial – OT), presencialmente em contexto de sala de aula, ou através da plataforma de apoio ao ensino/aprendizagem Moodle.

Complementarmente, os estudantes podem interagir com o tutor virtual Philix.ai integrado na plataforma LMS Moodle.

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

The methodology is articulated between the activities to be carried out at each stage (synchronous distance learning, face-to-face and autonomous by the students). The synchronous distance sessions aim to achieve the taxonomic levels associated with knowledge and understanding, operationalised through the presentation and exploration of content, while the face-to-face sessions, based on active methodologies, are designed to deepen the content by providing application, analysis, reflection and synthesis in order to achieve the learning objectives of each topic.

The methodologies also include autonomous work by the students, who are asked to research and deepen the themes developed in practice.

Synchronous distance learning:

M1. Expository method: the defined programme contents are explored. In addition, the demonstrative method is used to present concrete examples of the application of the contents.

Face-to-face:

M2. Exploration of software solutions for managing projects (MS Project, Trello or Jira).

M3. Laboratory practice: based on the Problem-Based Learning methodology (ABRP) to find solutions to problems identified by the students or proposed by the teacher. The teacher complements the development of laboratory practice with inverted classroom strategies through which he makes available, via the Moodle platform, videos and other documents in advance that will serve as guidance/study for the work carried out in class.

Autonomous:

M4. Guided research proposed by the teacher aimed at consolidating the themes under study and providing input for the practical work carried out by the students.

The teacher gives feedback on the development of the problem addressed in the laboratory practice (Tutorial Orientation - OT), in person in the classroom or via the Moodle teaching/learning support platform.

In addition, students can interact with the Philix.ai virtual tutor integrated into the Moodle LMS platform.

4.2.14. Avaliação (PT):

Avaliação Curricular (contínua):

- A1. Trabalho prático (grupo). Com implementação, relatório escrito e apresentação em aula.

- A2. Teste final teórico/prático (individual). Teste escrito.

A classificação final é calculada através da fórmula Classificação Final = $A1 \cdot 0,6 + A2 \cdot 0,4$. O estudante é aprovado se obtiver classificação igual ou superior a 9,5 valores.

Avaliação Final e Época de Recurso/Especial.

Hipótese 1:

- A1. Trabalho prático (grupo). O estudante participou no trabalho no qual obteve classificação positiva e obteve classificação positiva na componente de avaliação individual: mantém a classificação que será considerada nas épocas subsequentes (Avaliação Final, Recurso/Especial)

- A2. Teste teórico/prático (individual). O estudante realiza este Teste escrito em qualquer das épocas em que se submeta a avaliação.

A classificação final é calculada através da fórmula prevista na avaliação Curricular (contínua).

Hipótese 2:

- A1. Trabalho prático (grupo). O estudante não realizou o trabalho prático, ou obteve classificação negativa no mesmo ou na componente de avaliação individual. Nestas circunstâncias esta componente da avaliação não poderá ser utilizada na Avaliação Final ou de Recurso/Especial.

Aplica-se o previsto para qualquer das épocas em que o estudantes se submeta a avaliação:

Avaliação Final, Avaliação em Época de Recurso/Especial (A): O estudante realiza o exame teórico-prático escrito ($A=100\%$) e é aprovado se obtiver uma classificação igual ou superior a 9,5 valores em 20.

4.2.14. Avaliação (EN):

Curricular assessment (continuous):

- A1. Practical work (group). With implementation, written report and presentation in class.

- A2. Final theoretical/practical test (individual). Written test.

The final grade is calculated using the formula $\text{Final Grade} = A1 \times 0.6 + A2 \times 0.4$. Students pass if they obtain a mark of 9.5 or more.

Final Assessment and Appeal/Special Period.

Hypothesis 1:

- A1. Practical work (group). The student took part in the work in which they obtained a positive mark and obtained a positive mark in the individual assessment component: they keep the mark that will be taken into account in subsequent periods (Final Assessment, Appeal/Special).

- A2. Theoretical/practical test (individual). The student takes this written test in any of the assessment periods.

The final mark is calculated using the formula laid down in the Curricular assessment (continuous).

Hypothesis 2:

- A1. Practical work (group). The student did not complete the practical work, or obtained a negative classification in it or in the individual assessment component. In these circumstances, this component of the assessment cannot be used in the Final or Appeal/Special Assessment.

The same applies to any of the periods in which the student is assessed:

Final Assessment, Appeal/Special Assessment (A): The student takes the written theoretical-practical exam (A=100%) and passes if they obtain a mark equal to or greater than 9.5 out of 20.

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

(PT):

A coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da Unidade curricular é demonstrada através das seguintes relações:

O1. Apresentar os conceitos fundamentais sobre a gestão de projetos. [M1, M2] – [A2] ou [A]

O2. Apresentar as fases de um projeto e desenvolver os aspetos específicos relacionados com cada uma delas. [M1, M2] – [A2] ou [A]

O3. Discutir as metodologias ágeis na gestão de projetos. [M1, M2] – [A2] ou [A]

O4. Aplicar os conceitos de gestão de projetos no contexto empresarial. [M1, M2, M3, M4] – [A1, A2] ou [A]

O5. Aplicar os conhecimentos adquiridos num contexto de simulação, incorporando não só os conhecimentos adquiridos nesta unidade curricular, mas também os conhecimentos adquiridos noutras unidades curriculares. [M1, M2, M3, M4] – [A1, A2] ou [A]

O6. Desenvolver e gerir um projeto incorporando nessa gestão os conhecimentos teóricos e práticos adquiridos. [M1, M2, M3, M4] – [A1, A2] ou [A]

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

(EN):

The consistency of the teaching and assessment methodologies with the learning objectives of the curricular unit is demonstrated by the following relationships:

O1. Introduce the fundamental concepts of project management. [M1, M2] - [A2] or [A]

O2. Present the phases of a project and develop the specific aspects related to each one. [M1, M2] - [A2] or [A]

O3. Discuss agile methodologies in project management. [M1, M2] - [A2] or [A]

O4. Apply project management concepts in a business context. [M1, M2, M3, M4] - [A1, A2] or [A]

O5. Apply the knowledge acquired in a simulation context, incorporating not only the knowledge acquired in this course, but also the knowledge acquired in other courses. [M1, M2, M3, M4] - [A1, A2] or [A]

O6. Develop and manage a project incorporating the theoretical and practical knowledge acquired. [M1, M2, M3, M4] - [A1, A2] or [A]

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

Cobb, C. G. (2023). *The project manager's guide to mastering Agile: Principles and practices for an adaptive approach*. John Wiley & Sons.

Kerzner, H. (2021). *Project Management: A Systems Approach to Planning, Scheduling, and Control*. John Wiley & Sons.

Miguel, A. (2024). *Gestão Moderna de Projetos, Melhores Técnicas e Práticas*. FCA Editora.

Ponces de Carvalho, N., & Bernardo, M. do R. (2023). *Gestão de Projetos: As práticas no contexto organizacional*. Edições Sílabo.

Project Management Institute (2021). *A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK® Guide)*.

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

Cobb, C. G. (2023). *The project manager's guide to mastering Agile: Principles and practices for an adaptive approach*. John Wiley & Sons.
Kerzner, H. (2021). *Project Management: A Systems Approach to Planning, Scheduling, and Control*. John Wiley & Sons.
Miguel, A. (2024). *Gestão Moderna de Projetos, Melhores Técnicas e Práticas*. FCA Editora.
Ponces de Carvalho, N., & Bernardo, M. do R. (2023). *Gestão de Projetos: As práticas no contexto organizacional*. Edições Sílabo.
Project Management Institute (2021). *A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK® Guide)*.

4.2.17. Observações (PT):

Recursos específicos:

- Moodle: <https://moodle.ensinulusofona.pt/>
- Plataforma Teams.
- Laboratórios informáticos com ligação à internet e vídeo projetor.
- Internet, Biblioteca, bases de dados científicas.
- Software Microsoft Project, Tello e/ou Jira.

4.2.17. Observações (EN):

Specific resources:

- Moodle: <https://moodle.ensinulusofona.pt/>
- Teams platform.
- Computer labs with internet connection and video projector.
- Internet, library, scientific databases.
- Microsoft Project, Trello and/or Jira software.

Mapa III - Gestão e Negociação Comercial**4.2.1. Designação da unidade curricular (PT):**

Gestão e Negociação Comercial

4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):

Commercial Management and Negotiation

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

GAD

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

MAD

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):

125.0

4.2.5. Horas de contacto:

Presencial (P) - TP-33.0; OT-1.0

Síncrona a distância (SD) - TP-9.0; OT-2.0

4.2.6. % Horas de contacto a distância:

24.44%

4.2.7. Créditos ECTS:

5.0

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

- António Luís Neves Dionísio - 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):

Esta unidade curricular tem os seguintes objetivos de aprendizagem:

- O1. Definir os principais conceitos da gestão comercial e explicar a sua importância no contexto empresarial.
- O2. Explicar as etapas do processo de negociação e a relevância dos diferentes estilos de negociação.
- O3. Descrever as funções e responsabilidades de uma equipa de vendas.
- O4. Utilizar técnicas de persuasão e influência em contextos de negociação comercial.
- O5. Aplicar estratégias de comunicação eficaz e escuta ativa para melhorar a gestão de conflitos durante uma negociação.
- O6. Diferenciar estratégias competitivas e cooperativas de negociação, avaliando os seus impactos nas relações comerciais.
- O7. Analisar os fatores que influenciam o desempenho de uma equipa de vendas.
- O8. Justificar a escolha de uma estratégia de negociação adequada a diferentes contextos culturais e internacionais.
- O9. Desenvolver um plano de vendas e negociação para um cenário empresarial específico.

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 has the following learning objectives:

- O1. Define the main concepts of commercial management and explain their importance in the business context.
- O2. Explain the stages of the negotiation process and the relevance of the different negotiation styles.
- O3. Describe the roles and responsibilities of a sales team.
- O4. Use persuasion and influence techniques in commercial negotiation contexts.
- O5. Apply effective communication and active listening strategies to improve conflict management during a negotiation.
- O6. Differentiate between competitive and co-operative negotiation strategies, assessing their impact on commercial relations.
- O7. Analyse the factors that influence the performance of a sales team and propose improvements based on good management practices.
- O8. Justify the choice of a negotiating strategy appropriate to different cultural and international contexts.
- O9. Develop a sales and negotiation plan for a specific business scenario.

4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):

1. Fundamentos da Gestão Comercial: Introdução à Gestão Comercial; Conceitos e importância.
2. Gestão de Equipa de Vendas: A gestão da equipa de vendas; Dimensionamento da equipa; Formação e treino; Opções de organização da equipa; Gestão de informação; As reuniões comerciais.
3. Processos de Negociação: Fundamentos da negociação: teorias e estilos; Etapas do processo de negociação; Interesses e necessidades das partes; Técnicas de persuasão e influência.
4. Estratégias e Técnicas de Negociação: Negociação baseada em valor vs. Posição; Estratégias competitivas e cooperativas; Negociação intercultural e internacional.
5. Comunicação e Gestão de Conflitos: Comunicação eficaz na negociação; Escuta ativa e linguagem corporal; Gestão de conflitos em processos comerciais; Mediação e arbitragem.
6. Planeamento de Vendas: Objetivos de vendas; Calendarização; Orçamento; Execução e avaliação.

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):

1. Fundamentals of Commercial Management: Introduction to Commercial Management; Concepts and importance.
2. Sales Team Management: Managing the sales team; Sizing the team; Training and coaching; Team organisation options; Information management; Sales meetings.
3. Negotiation Processes: Fundamentals of negotiation: theories and styles; Stages of the negotiation process; Interests and needs of the parties; Persuasion and influence techniques.
4. Negotiation Strategies and Techniques: Negotiation based on value vs. position; Competitive and co-operative strategies; Intercultural and international negotiation.
5. Communication and Conflict Management: Effective communication in negotiation; Active listening and body language; Conflict management in commercial processes; Mediation and arbitration.
6. Sales Planning: Sales objectives; Timetabling; Budgeting; Execution and evaluation.

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

Os conteúdos programáticos estão em estreita ligação com os objetivos conforme se mostra na correspondência.

1. Fundamentos da Gestão Comercial: Introdução à Gestão Comercial; Conceitos e importância. [O1, O9]
2. Gestão de Equipa de Vendas: A gestão da equipa de vendas; Dimensionamento da equipa; Formação e treino; Opções de organização da equipa; Gestão de informação; As reuniões comerciais. [O3, O7]
3. Processos de Negociação: Fundamentos da negociação: teorias e estilos; Etapas do processo de negociação; Interesses e necessidades das partes; Técnicas de persuasão e influência. [O2, O4]
4. Estratégias e Técnicas de Negociação: Negociação baseada em valor vs. Posição; Estratégias competitivas e cooperativas; Negociação intercultural e internacional. [O6, O8]
5. Comunicação e Gestão de Conflitos: Comunicação eficaz na negociação; Escuta ativa e linguagem corporal; Gestão de conflitos em processos comerciais; Mediação e arbitragem. [O5]
6. Planeamento de Vendas. (...) [O9]

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

The programme contents are closely linked to the objectives as shown in the correspondence.

1. Fundamentals of Commercial Management: Introduction to Commercial Management; Concepts and importance. [O1, O9]
2. Sales Team Management: Managing the sales team; Sizing the team; Training and coaching; Team organisation options; Information management; Sales meetings. [O3, O7]
3. Negotiation Processes: Basics of negotiation: theories and styles; Stages of the negotiation process; Interests and needs of the parties; Persuasion and influence techniques. [O2, O4]
4. Negotiation Strategies and Techniques: Negotiation based on value vs. position; Competitive and co-operative strategies; Intercultural and international negotiation. [O6, O8]
5. Communication and Conflict Management: Effective communication in negotiation; Active listening and body language; Conflict management in commercial processes; Mediation and arbitration. [O5]
6. Sales Planning: Sales objectives (...) [O9]

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

A metodologia articula-se entre as atividades a desenvolver em cada um dos momentos (síncrono a distância, presencial e autónomo pelos estudantes).

As sessões síncronas a distância visam, sobretudo, os níveis taxonómicos associados ao conhecimento e à compreensão, proporcionando o primeiro contacto dos estudantes com os conteúdos. As sessões presenciais destinam-se a aprofundar os conhecimentos adquiridos e o desenvolvimento e aprofundamento das competências dos estudantes, desenvolvendo-se as capacidades de aplicação, análise, reflexão e síntese de modo a atingir os objetivos de aprendizagem.

Síncrono a distância:

M1. Método expositivo para a transmissão dos conhecimentos fundamentais sobre os conteúdos propostos. Utilização do método interrogativo para suscitar a participação dos estudantes na resolução de exercícios propostos pelo docente. Estes exercícios são de cariz formativo e são submetidos na plataforma LMS Moodle.

Presencial:

M2. Prática simulada: Estudantes realizam em contexto prático exercícios, propostos pelo docente e, complementarmente analisam e discutem os resultados dos "case studies" que lhes são apresentados pelo docente.

Autónomo:

M3. Pesquisa complementar e visualização dos materiais disponibilizados pelo docente. Resolução de exercícios adicionais propostos pelo docente.

O docente dá feedback sobre o desenvolvimento dos exercícios propostos (Orientação tutorial – OT) presencialmente em contexto de sala de aula ou através da plataforma de apoio ao ensino/aprendizagem Moodle.

Complementarmente, os estudantes podem interagir com o tutor virtual Philix.ai integrado na plataforma LMS Moodle.

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

The methodology is articulated between the activities to be carried out at each stage (synchronous distance learning, face-to-face and autonomous learning by the students).

The synchronous distance sessions are mainly aimed at the taxonomic levels associated with knowledge and understanding, providing students with their first contact with the content. The face-to-face sessions are designed to deepen the knowledge acquired and to develop and deepen the students' skills, developing their ability to apply, analyse, reflect and synthesise in order to achieve the learning objectives. Synchronous distance learning:

M1. Expository method for transmitting fundamental knowledge of the proposed content. Use of the interrogative method to encourage student participation in solving exercises proposed by the lecturer. These exercises are formative in nature and are submitted on the LMS Moodle platform.

Face-to-face:

M2. Simulated practice: Students carry out exercises in a practical context, proposed by the teacher and, in addition, they analyse and discuss the results of case studies presented to them by the teacher.

Autonomous:

M3. Additional research and visualisation of materials provided by the teacher. Solving additional exercises proposed by the teacher.

The teacher gives feedback on the development of the proposed exercises (Tutorial Orientation - OT) in person in the classroom or via the Moodle teaching/learning support platform.

In addition, students can interact with the virtual tutor Philix.ai integrated into the LMS Moodle platform.

4.2.14. Avaliação (PT):

Avaliação curricular (contínua):

A1. Portfólio de Exercícios práticos (individuais). Exercícios escritos realizados durante as aulas.

A2. Trabalho prático (grupo). Trabalho escrito com submissão no Moodle e apresentação e discussão em sala de aula.

A3. Teste teórico/prático (individual). Consiste num teste escrito realizado no final do semestre.

A classificação final é calculada através da fórmula Classificação Final = $A1 \times 0,2 + A2 \times 0,4 + A3 \times 0,4$.

A classificação mínima na avaliação curricular (contínua) é a seguinte:

- Portfólio/trabalhos e exercícios de aula: 10 valores

- Testes intermédio (individual): 6 valores

- Teste teórico/prático (individual): 8 valores

Avaliação final ou em época de recurso/especial [A]:

Hipótese 1:

A1. Portfólio de Exercícios práticos (individuais). O estudante realizou os exercícios nos quais obtiveram avaliação positiva: mantém a nota que será considerada nestas épocas de avaliação.

A2. Trabalho prático (grupo). O estudante participou no trabalho prático no qual obteve avaliação positiva (incluindo na componente de avaliação individual): mantém a nota que será considerada nestas épocas de avaliação

A1. Teste teórico/prático (individual). O estudante realiza este Teste escrito em qualquer das épocas em que se submeta a avaliação.

A classificação final é calculada através da fórmula utilizada na avaliação curricular (contínua).

Hipótese 2:

O estudante não realizou os exercícios de aula ou realizando obteve classificação negativa e/ou não realizou o trabalho prático ou realizando obteve classificação negativa na componente de avaliação individual.

Avaliação Final, Avaliação em Época de Recurso/Especial (A): O estudante realiza o exame escrito teórico-prático (A=100%) e é aprovado se obtiver uma classificação igual ou superior a 9,5 valores em 20.

4.2.14. Avaliação (EN):

Curricular assessment (continuous):

A1. Portfolio of practical exercises (individual). Written exercises carried out during lessons.

A2. Practical work (group). Written work submitted on Moodle and presented and discussed in class.

A3. Theoretical/practical test (individual). This consists of a written test at the end of the semester.

The final grade is calculated using the formula $\text{Final Grade} = A1 \cdot 0.2 + A2 \cdot 0.4 + A3 \cdot 0.4$.

The minimum classification in the curricular assessment (continuous) is as follows:

- Portfolio/work and class exercises: 10 marks

- Intermediate test (individual): 6 marks

- Theoretical/practical test (individual): 8 marks

Final or appeal/special assessment [A]:

Hypothesis 1:

A1. Portfolio of practical exercises (individual). The student has carried out the exercises in which they obtained a positive evaluation: they keep the mark that will be taken into account in these assessment periods.

A2. Practical work (group). The student took part in the practical work for which they obtained a positive assessment (including in the individual assessment component): they keep the mark that will be taken into account in these assessment periods.

A1. Theoretical/practical test (individual). The student takes this written test in any of the assessment periods.

The final mark is calculated using the formula used in the curricular assessment (continuous).

Hypothesis 2:

The student has not completed the class exercises or has obtained a negative mark and/or has not completed the practical work or has obtained a negative mark in the individual assessment component.

Final Assessment, Assessment in Appeal/Special Season (A): The student takes the theoretical-practical written exam (A=100%) and is approved if they obtain a mark equal to or greater than 9.5 out of 20.

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

A coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da Unidade curricular é demonstrada através das seguintes relações:

O1. Definir os principais conceitos da gestão comercial e explicar a sua importância no contexto empresarial. [M1, M2] – [A1, A2, A3] ou [A]

O2. Explicar as etapas do processo de negociação e a relevância dos diferentes estilos de negociação. [M1, M2, M3] – [A1, A2, A3] ou [A]

O3. Descrever as funções e responsabilidades de uma equipa de vendas. [M1, M2, M3] – [A1, A3] ou [A]

O4. Utilizar técnicas de persuasão e influência em contextos de negociação comercial. [M1, M2, M3] – [A1, A2, A3] ou [A]

O5. Aplicar estratégias de comunicação eficaz e escuta ativa para melhorar a gestão de conflitos durante uma negociação. [M1, M2, M3] – [A2] ou [A]

O6. Diferenciar estratégias competitivas e cooperativas de negociação, avaliando os seus impactos nas relações comerciais. [M1, M2, M3] – [A1, A2, A3] ou [A]

O7. Analisar os fatores que influenciam o desempenho de uma equipa de vendas. [M1, M2, M3] – [A1, A2, A3] ou [A]

O8. Justificar a escolha de uma estratégia de negociação adequada a diferentes contextos culturais e internacionais. [M1, M2, M3] – [A1, A2, A3] ou [A]

O9. Desenvolver um plano de vendas e negociação para um cenário empresarial específico. [M1, M2, M3] – [A2] ou [A]

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

The consistency of the teaching and assessment methodologies with the learning objectives of the curricular unit is demonstrated by the following relationships:

O1. Define the main concepts of commercial management and explain their importance in the business context. [M1, M2] - [A1, A2, A3] or [A]

O2. Explain the stages of the negotiation process and the relevance of different negotiation styles. [M1, M2, M3] - [A1, A2, A3] or [A]

O3. Describe the roles and responsibilities of a sales team. [M1, M2, M3] - [A1, A3] or [A]

O4. Use persuasion and influence techniques in commercial negotiation contexts. [M1, M2, M3] - [A1, A2, A3] or [A]

O5. Apply effective communication strategies and active listening to improve conflict management during a negotiation. [M1, M2, M3] - [A2] or [A]

O6. Differentiate between competitive and co-operative negotiation strategies, assessing their impact on commercial relations. [M1, M2, M3] - [A1, A2, A3] or [A]

O7. Analyse the factors that influence the performance of a sales team. [M1, M2, M3] - [A1, A2, A3] or [A]

O8. Justify the choice of a negotiation strategy appropriate to different cultural and international contexts. [M1, M2, M3] - [A1, A2, A3] or [A]

O9. Develop a sales and negotiation plan for a specific business scenario. [M1, M2, M3] - [A2] or [A]

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

Johnston, M. & Marshall, G. (2021). *Sales Force Management*. Routledge.
Lewicki, R. J., Barry, B., & Saunders, D. M. (2024). *Negotiation* (9ª ed.). Nova Iorque: McGraw-Hill Education.
Malhotra, D., & Bazerman, M. H. (2022). *Negotiation Genius: How to Overcome Obstacles and Achieve Brilliant Results at the Bargaining Table and Beyond* (2ª ed.). Nova Iorque: Bantam.
Rich, G. (2023) *Sales Force Management*. SAGE Publications, Inc.
Sebenius, J. K., Lax, D. A., & Greenhalgh, L. (2023). *3-D Negotiation: Powerful Tools to Change the Game in Your Most Important Deals* (2ª ed.). Boston: Harvard Business Review Press.

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

Johnston, M. & Marshall, G. (2021). *Sales Force Management*. Routledge.
Lewicki, R. J., Barry, B., & Saunders, D. M. (2024). *Negotiation* (9ª ed.). Nova Iorque: McGraw-Hill Education.
Malhotra, D., & Bazerman, M. H. (2022). *Negotiation Genius: How to Overcome Obstacles and Achieve Brilliant Results at the Bargaining Table and Beyond* (2ª ed.). Nova Iorque: Bantam.
Rich, G. (2023) *Sales Force Management*. SAGE Publications, Inc.
Sebenius, J. K., Lax, D. A., & Greenhalgh, L. (2023). *3-D Negotiation: Powerful Tools to Change the Game in Your Most Important Deals* (2ª ed.). Boston: Harvard Business Review Press.

4.2.17. Observações (PT):

Recursos específicos:

- Moodle: <https://moodle.ensinolusofona.pt/>
- Plataforma Teams.
- Internet, Biblioteca, bases de dados científicas.

4.2.17. Observações (EN):

Specific resources:

- Moodle: <https://moodle.ensinolusofona.pt/>
- Teams platform.
- Internet, library, scientific databases

Mapa III - Gestão Financeira**4.2.1. Designação da unidade curricular (PT):**

Gestão Financeira

4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):

Financial Management

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

GAD

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

MAD

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):

125.0

4.2.5. Horas de contacto:

Presencial (P) - TP-21.0; PL-12.0; OT-1.0
Síncrona a distância (SD) - TP-9.0; OT-2.0

4.2.6. % Horas de contacto a distância:

24.44%

4.2.7. Créditos ECTS:

5.0

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

• Pedro Manuel Costa Ramos - 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):*Esta unidade curricular tem os seguintes objetivos de aprendizagem:*

- O1. Apresentar os conceitos fundamentais para a tomada de decisões financeiras no meio empresarial.
- O2. Apresentar os instrumentos de análise e previsão financeira.
- O3. Caracterizar as principais aplicações financeiras.
- O4. Apresentar os instrumentos financeiros ao dispor das organizações.
- O5. Fornecer aos estudantes os conhecimentos que lhes permitam elaborar o planeamento financeiro da empresa.
- O6. Aplicar os conhecimentos de gestão de tesouraria de curto e longo prazo.
- O7. Analisar as decisões de financiamento da empresa e respetiva estrutura de capitais.

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 has the following learning objectives:*

- O1. To present the fundamental concepts for making financial decisions in the business environment.
- O2. Introduce financial analysis and forecasting tools.
- O3. Characterise the main financial applications.
- O4. Present the financial instruments available to organisations.
- O5. Provide students with the knowledge they need to draw up their company's financial planning.
- O6. Apply knowledge of short- and long-term treasury management.
- O7. Analyse the company's financing decisions and capital structure.
- O8. Draw up a forecast budget.

4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):

1. Introdução: A gestão financeira. Os objetivos da gestão financeira. Principais tarefas e decisões da gestão financeira.
2. Gestão de tesouraria: Princípios básicos da gestão de tesouraria. Gestão das necessidades de fundo de maneio. Caracterização das principais aplicações financeiras de curto prazo. Caracterização das principais fontes de financiamento de curto prazo.
3. Financiamento de médio e longo prazo e custo do capital: Caracterização das principais fontes de financiamento de médio e longo prazo. A política de estrutura de capital e os seus principais determinantes. Risco, rentabilidade e custo de oportunidade do capital: o modelo de equilíbrio dos ativos financeiros.
4. Política de distribuição de resultados.
5. Planeamento financeiro: O planeamento financeiro de curto prazo: elaboração dos orçamentos de tesouraria. O planeamento financeiro de médio e longo prazo: elaboração do plano financeiro.

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):

- 1 Introduction: Financial management. The objectives of financial management. The main tasks and decisions of financial management.
- 2 Cash management: Basic principles of cash management. Managing working capital requirements. Characterization of the main short-term financial investments. Characterization of the main sources of short-term financing.
3. Medium and long-term financing and cost of capital: Characterization of the main sources of medium and financing. Capital structure policy and its main determinants. Risk, profitability and opportunity cost of capital: the equilibrium model of financial assets.
4. Profit distribution policy.
5. Financial planning: Short-term financial planning: drawing up cash budgets. Medium and long-term financial planning: drawing up the financial plan.

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

Os conteúdos programáticos estão em estreita ligação com os objetivos conforme se mostra na correspondência.

1. *Introdução: A gestão financeira. Os objetivos da gestão financeira. Principais tarefas e decisões da gestão financeira. [O1]*
2. *Gestão de tesouraria: Princípios básicos da gestão de tesouraria. Gestão das necessidades de fundo de maneio. Caracterização das principais aplicações financeiras de curto prazo. Caracterização das principais fontes de financiamento de curto prazo. [O2, O3, O5]*
3. *Financiamento de médio e longo prazo e custo do capital: Caracterização das principais fontes de financiamento de médio e longo prazo. A política de estrutura de capital e os seus principais determinantes. Risco, rentabilidade e custo de oportunidade do capital: o modelo de equilíbrio dos ativos financeiros. [O3, O4, O6, O7]*
4. *Política de distribuição de resultados. [O5, O6, O7, O8]*
5. *Planeamento financeiro: O planeamento financeiro de curto prazo (...) [O6, O7, O8]*

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

The programme contents are closely linked to the objectives as shown in the correspondence.

1. *Introduction: Financial management. The objectives of financial management. The main tasks and decisions of financial management. [O1]*
2. *Cash management: Basic principles of cash management. Managing working capital requirements. Characterisation of the main short-term financial investments. Characterisation of the main sources of short-term finance. [O2, O3, O5]*
3. *Medium and long-term financing and cost of capital: Characterisation of the main sources of medium and long-term financing. Capital structure policy and its main determinants. Risk, profitability and opportunity cost of capital: the financial asset equilibrium model. [O3, O4, O6, O7]*
4. *Profit distribution policy. [O5, O6, O7, O8]*
5. *Financial planning: Short-term financial planning: drawing up budgets (...) [O6, O7, O8]*

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

A metodologia articula-se entre as atividades a desenvolver em cada um dos momentos (síncrono a distância, presencial e autónomo pelos estudantes). As sessões síncronas a distância visam, sobretudo, os níveis taxonómicos associados ao conhecimento e à compreensão operacionalizadas através da apresentação e exploração dos conteúdos, enquanto as sessões presenciais visam o aprofundamento dos conteúdos proporcionando a aplicação, análise, reflexão e síntese de modo a atingir os objetivos de aprendizagem de cada um dos tópicos.

Síncrono a distância:

M1. Métodos expositivo/demonstrativo. Com a finalidade de expor os temas propostos na UC. Com a finalidade de consolidar as aprendizagens o docente propõe a participação em fóruns de discussão e wikis na plataforma Moodle

Presencial:

M2. Apresentação/discussão de casos práticos e/ou reais com a finalidade de aprofundar os conteúdos propostos.

M3. Exercícios de aplicação: Resolução de casos práticos reais ou simulados propostos pelo docente. Estes casos a discutir e resolver nas aulas presenciais terão maior complexidade e abrangência de modo a proporcionarem a desejada aplicação, análise e reflexão.

Autónomo:

M4. Leitura da bibliografia recomendada em cada aula.

O docente dá feedback (Orientação Tutorial – OT) sobre os resultados obtidos pelo estudante na resolução dos casos propostos, presencialmente em contexto de sala de aula ou a distância em modo assíncrono através da plataforma Moodle.

Complementarmente, os estudantes podem interagir com o tutor virtual Philix.ai integrado na plataforma LMS Moodle.

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

The methodology is articulated between the activities to be carried out at each stage (synchronous distance learning, face-to-face and autonomous by the students). The synchronous distance sessions are mainly aimed at the taxonomic levels associated with knowledge and understanding, operationalised through the presentation and exploration of the content, while the face-to-face sessions are aimed at deepening the content by providing application, analysis, reflection and synthesis in order to achieve the learning objectives for each topic.

Synchronous distance learning:

M1. Expository/demonstrative methods. With the aim of explaining the topics proposed in the course. In order to consolidate learning, the teacher proposes participation in discussion forums and wikis on the Moodle platform.

In person:

M2. Presentation/discussion of practical and/or real cases in order to deepen the proposed contents.

M3. Application exercises: Resolution of real or simulated practical cases proposed by the teacher. These cases to be discussed and solved in class will be more complex and comprehensive in order to provide the desired application, analysis and reflection.

Autonomous:

M4. Reading the bibliography recommended in each lesson.

The teacher gives feedback (Tutorial Guidance - OT) on the results obtained by the student in solving the proposed cases, in person in the classroom or remotely in asynchronous mode via the Moodle platform.

In addition, students can interact with the Philix.ai virtual tutor integrated into the Moodle LMS platform.

4.2.14. Avaliação (PT):

Avaliação Curricular (contínua):

A1. Portfólio de casos resolvidos em aula (grupo). A resolução escrita é submetida na plataforma LMS Moodle.

A2. Trabalho prático (individual). Escrita de um short paper baseado num caso analisado. O estudante aplicará as regras da escrita científica.

A3. Teste teórico/prático (individual). Consiste num teste escrito a realizar no final do semestre.

A classificação final é calculada através da fórmula Classificação Final = $0,3 \cdot A1 + 0,4 \cdot A2 + 0,3 \cdot A3$. O estudante é aprovado se obtiver classificação igual ou superior a 9,5 valores.

A classificação mínima na avaliação curricular (continua) é a seguinte:

- Portfólio de casos resolvidos em aula (grupo): 10 valores

- Trabalho prático (individual): 10 valores

- Teste teórico/prático (individual): 8 valores

A avaliação dos trabalhos práticos em grupo, inclui a avaliação individual dos estudantes que terá uma ponderação de 40% na classificação do estudante nessa componente.

Avaliação Final e/ou de Recurso/Especial.

Hipótese 1:

- A1. Portfólio de casos resolvidos em sala. O Estudante obteve classificação positiva nesta componente, bem como na avaliação individual da mesma: mantém a classificação que será considerada em qualquer das épocas.

- A2. Trabalho prático (individual). O estudante realizou no trabalho e obteve classificação positiva: mantém a classificação que será considerada em qualquer das épocas (Avaliação Final, Recurso/Especial)

- A3. Teste final teórico/prático (individual). O estudante realiza este Teste escrito em qualquer das épocas em que se submeta a avaliação.

A classificação final é calculada através da formula prevista na avaliação Curricular (contínua).

Hipótese 2:

- A1. Portfólio de casos resolvidos em sala. O estudante não participou ou participando obteve classificação negativa. e/ou

- A2. Trabalho prático (individual). O estudante não realizou o trabalho ou obteve classificação negativa no trabalho.

Nestas circunstâncias estas componentes da avaliação não poderão ser utilizadas na Avaliação Final, Avaliação em Época de Recurso/Especial (A).

O estudante realiza o exame teórico-prático escrito (A=100%) e é aprovado se obtiver uma classificação igual ou superior a 9,5 valores em 20.

4.2.14. Avaliação (EN):

Curricular assessment (continuous):

A1. Portfolio of cases solved in class (group). The written resolution is submitted on the LMS Moodle platform.

A2. Practical work (individual). Writing a short paper based on a case analysed. The student will apply the rules of scientific writing.

A3. Theoretical/practical test (individual). This consists of a written test to be taken at the end of the semester.

The final grade is calculated using the formula $\text{Final Grade} = 0.3 \cdot A1 + 0.4 \cdot A2 + 0.3 \cdot A3$. Students pass if they obtain a mark of 9.5 or more.

The minimum classification in the curricular assessment (continuous) is as follows:

- Portfolio of cases solved in class (group): 10 marks

- Practical work (individual): 10 marks

- Theoretical/practical test (individual): 8 marks

The assessment of group practical work includes the individual assessment of students, which will have a weighting of 40 per cent in the student's classification in this component.

Final and/or Appeal/Special Assessment.

Hypothesis 1:

- A1. Portfolio of cases solved in class. The student has obtained a positive classification in this component, as well as in the individual assessment of the same: they maintain the classification that will be considered in any of the periods.

- A2. Practical work (individual). The student carried out the work and obtained a positive classification: the classification will be maintained and will be taken into account in any of the periods (Final Assessment, Appeal/Special).

- A3. Final theoretical/practical test (individual). The student takes this written test in any of the assessment periods.

The final mark is calculated using the formula laid down in the Curricular assessment (continuous).

Hypothesis 2:

- A1. Portfolio of cases solved in class. The student did not take part or obtained a negative mark.
and/or

- A2. Practical work (individual). The student did not carry out the work or obtained a negative classification in the work.

In these circumstances, these assessment components cannot be used in the Final Assessment, Assessment in Appeal/Special Season (A).

The student takes the written theoretical-practical exam (A=100%) and passes if they obtain a mark equal to or greater than 9.5 out of 20.

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

A coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da Unidade curricular é demonstrada através das seguintes relações:

O1. Apresentar os conceitos fundamentais para a tomada de decisões financeiras no meio empresarial. [M1, M2, M3] – [A1, A3] ou [A]

O2. Apresentar os instrumentos de análise e previsão financeira. [M1,M2, M3] – [A1, A3] ou [A]

O3. Caracterizar as principais aplicações financeiras. [M1,M2,M3] – [A1, A2, A3] ou [A]

O4. Apresentar os instrumentos financeiros ao dispor das organizações. [M1, M2, M3, M4] – [A1, A2, A3] ou [A]

O5. Fornecer aos estudantes os conhecimentos que lhes permitam elaborar o planeamento financeiro da empresa. [M1, M2, M3, M4] – [A1, A2, A3] ou [A]

O6. Aplicar os conhecimentos de gestão de tesouraria de curto e longo prazo. [M1, M2, M3, M4] – [A1, A2, A3] ou [A]

O7. Analisar as decisões de financiamento da empresa e respetiva estrutura de capitais. [M1, M2, M3, M4] – [A1, A2, A3] ou [A]

O8. Realizar um orçamento previsional. . [M1, M2, M3, M4] – [A1, A2, A3] ou [A]

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

The consistency of the teaching and assessment methodologies with the learning objectives of the curricular unit is demonstrated by the following relationships:

O1. Present the fundamental concepts for making financial decisions in the business environment. [M1, M2, M3] - [A1, A3] or [A]

O2. Introducing financial analysis and forecasting tools. [M1,M2, M3] - [A1, A3] or [A]

O3. Characterise the main financial applications. [M1,M2,M3] - [A1, A2, A3] or [A]

O4. Present the financial instruments available to organisations. [M1, M2, M3, M4] - [A1, A2, A3] or [A]

O5. Provide students with the knowledge they need to draw up a company's financial plan. [M1, M2, M3, M4] - [A1, A2, A3] or [A]

O6. Apply knowledge of short- and long-term treasury management. [M1, M2, M3, M4] - [A1, A2, A3] or [A]

O7. Analyse the company's financing decisions and capital structure. [M1, M2, M3, M4] - [A1, A2, A3] or [A]

O8. Draw up a forecast budget. [M1, M2, M3, M4] - [A1, A2, A3] or [A]

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

Fernandes, Carlos et al. (2023). *Análise Financeira - Casos Práticos 3ª Edição. Edições Sílabo.*
Fernandes, Carlos et al. (2022). *Análise Financeira – Teoria e Prática, Aplicação no âmbito do SNC (6ª Edição). Edições Sílabo*
Matias, Fernanda, et al. (2023). *Gestão Financeira – Da Teoria à Prática. Edições Sílabo*
Monteiro, Albertina, et al. (2023) *Relato Financeiro, Demonstrações financeiras de finalidades gerais. Vida Económica*

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

Fernandes, Carlos et al. (2023). *Análise Financeira - Casos Práticos 3ª Edição. Edições Sílabo.*
Fernandes, Carlos et al. (2022). *Análise Financeira – Teoria e Prática, Aplicação no âmbito do SNC (6ª Edição). Edições Sílabo*
Matias, Fernanda, et al. (2023). *Gestão Financeira – Da Teoria à Prática. Edições Sílabo*
Monteiro, Albertina, et al. (2023) *Relato Financeiro, Demonstrações financeiras de finalidades gerais. Vida Económica*

4.2.17. Observações (PT):

Recursos específicos:

- Moodle: <https://moodle.ensinulusofona.pt/>
- Plataforma Teams.
- Internet, Biblioteca, bases de dados científicas.
- Laboratório informático com ligação à internet e vídeo projetor.
- Software Office 365 e/ou Google Suite.

4.2.17. Observações (EN):

Specific resources:

- Moodle: <https://moodle.ensinulusofona.pt/>
- Teams platform.
- Internet, library, scientific databases.
- Computer lab with internet connection and video projector.
- Office 365 and/or Google Suite software.

Mapa III - Informática Aplicada ao Marketing**4.2.1. Designação da unidade curricular (PT):**

Informática Aplicada ao Marketing

4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):

Information Technology Applied to Marketing

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):

INF

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):

150.0

4.2.5. Horas de contacto:

Presencial (P) - PL-33.0; OT-1.0
Síncrona a distância (SD) - TP-9.0; OT-2.0

4.2.6. % Horas de contacto a distância:

24.44%

4.2.7. Créditos ECTS:

6.0

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

• Nelson Miguel Martins Duarte - 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):*Esta unidade curricular tem os seguintes objetivos de aprendizagem:*

- O1. Utilizar diferentes ferramentas de criação de apresentações, processamento de texto, folhas de cálculo e ferramentas colaborativas.
- O2. Utilizar as redes de informação para partilha de recursos e pesquisa de informação.
- O3. Aceder, manipular e gerir com sucesso a informação, integrando de forma eficaz as diferentes aplicações informáticas.
- O4. Minimizar os riscos relacionados com a cibersegurança.
- O5. Utilizar tecnologias baseadas em IA generativa como ferramenta de apoio à atividade académica e 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):*This curricular unit has the following learning objectives:*

- O1. Use different tools for creating presentations, word processing, spreadsheets and collaborative tools.
- O2. Use information networks to share resources and search for information.
- O3. Successfully access, manipulate and manage information, effectively integrating different computer applications.
- O4. Minimise cybersecurity-related risks.
- O5. Use technologies based on generative AI as a tool to support academic and professional activity.

4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):

1. Apresentação de diapositivos: Modelos globais. Esquemas e estrutura. Objetos. Transições. Animações. Hiperligações.
2. Processamento texto: Formatação. Secções, cabeçalhos, rodapés, paginação, estilos, índices automáticos, legendas, índices tabelas e figuras, registo alterações e comentários, inserção de objetos.
3. Folha de cálculo: Fórmulas. Funções. Gráficos. Séries. Filtros. Tabelas Dinâmicas. Macros. Importação e exportação de dados.
4. Ferramentas colaborativas: Google Drive.
5. Pesquisa Online: Referências bibliográficas. Bases dados online. Motores pesquisa bibliográfica na Internet. Organização documentos. Software de gestão bibliográfica.
6. Princípios de Cibersegurança.
7. Utilização de ferramentas de IA Generativa.

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):

1. Slideshow: Global models. Schemas and structure. Objects. Transitions. Animations. Hyperlinks.
2. Text processing: Formatting. Sections, headers, footers, pagination, styles, automatic indexes, captions, table and figure indexes, change log and comments, insertion of objects.
3. Spreadsheet: Formulas. Functions. Graphs. Series. Filters. Pivot tables. Macros. Data import and export.
4. Collaborative tools: Google Drive.
5. Online research: Bibliographical references. Online databases. Internet bibliographic search engines. Document organization. Bibliographic management software.
6. Cybersecurity principles.
7. Use of Generative AI tools.

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

Os conteúdos programáticos estão em estreita ligação com os objetivos conforme se mostra na correspondência.

1. Apresentação de diapositivos: Modelos globais. Esquemas e estrutura. Objetos. Transições. Animações. Hiperligações. [O1]
2. Processamento texto: Formatação. Secções, cabeçalhos, rodapés, paginação, estilos, índices automáticos, legendas, índices tabelas e figuras, registo alterações e comentários, inserção de objetos. [O1]
3. Folha de cálculo: Fórmulas. Funções. Gráficos. Séries. Filtros. Tabelas Dinâmicas. Macros. Importação e exportação de dados. [O1]
4. Ferramentas colaborativas: Google Drive. [O1, O2, O3, O4]
5. Pesquisa Online: Referências bibliográficas. Bases dados online. Motores pesquisa bibliográfica na Internet. Organização documentos. Software de gestão bibliográfica. [O1, O2, O3, O4]
6. Princípios de Cibersegurança.[O4]
7. Utilização de ferramentas de IA Generativa. [O2, O4, O5]

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

The syllabus is closely linked to the objectives, as shown in the correspondence.

1. Slide show: Global models. Schemas and structure. Objects. Transitions. Animations. Hyperlinks. [O1]
2. Text processing: Formatting. Sections, headers, footers, pagination, styles, automatic indexes, captions, table and figure indexes, change log and comments, insertion of objects. [O1]
3. Spreadsheet: Formulas. Functions. Graphs. Series. Filters. Pivot tables. Macros. Importing and exporting data. [O1]
4. Collaborative tools: Google Drive. [O1, O2, O3, O4]
5. Online research: Bibliographical references. Online databases. Internet bibliographic search engines. Document organization. Bibliographic management software. [O1, O2, O3, O4]
6. Cybersecurity principles[O4]
7. Use of Generative AI tools. [O2, O4, O5]

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

A metodologia articula-se entre as atividades a desenvolver em cada um dos momentos (síncrono a distância, presencial e autónomo pelos estudantes). Tratando-se de uma unidade curricular eminentemente prática, com uma componente de aplicação significativa, a metodologia utilizada será coerente com essa característica pelo que os conteúdos serão apresentados e explorados através de exposições sucintas seguidas de propostas de aplicação prática. Essa aplicação prática será efetuada através de exercícios introdutórios nas sessões síncronas a distância e de exercícios mais complexos e abrangentes nas sessões presenciais, visando-se assim o aprofundamento dos conteúdos e proporcionando a aplicação, análise, reflexão e síntese de modo a atingir os objetivos de aprendizagem de cada um dos tópicos.

Síncrono a distância:

M1. Métodos expositivo e interrogativo: apresentação e exploração dos conteúdos. Proposta atividades formativas de aplicação através de propostas apresentadas pelo docente e submetidos pelos estudantes na plataforma LMS Moodle.

Presencial:

M2. Prática simulada. Aplicação prática utilizando a metodologia de aprendizagem baseada na resolução de problemas (ABRP) orientados para a aplicação e consolidação dos conhecimentos. A aplicação prática será concretizada através dos recursos disponíveis no Office 365 e Google Workplace. Para a componente relacionada com a segurança os estudantes têm acesso aos recursos da Cisco Netorworking Academy (Cibersecurity), e a utilização de ferramentas de IA generativa recorre ao ChatGPT e Gemini.

Autónomo:

M3. Trabalhos/exercícios adicional proposto pelo docente visando consolidar as temáticas em estudo e fornecendo inputs para o desenvolvimento das competências dos estudantes.

O docente dá feedback sobre o desenvolvimento do problema abordado na prática laboratorial (Orientação tutorial – OT), presencialmente em contexto de sala de aula, ou através da plataforma de apoio ao ensino/aprendizagem Moodle.

Complementarmente, os estudantes podem interagir com o tutor virtual Philix.ai integrado na plataforma LMS Moodle.

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

the methodology is articulated between the activities to be carried out at each stage (synchronous distance learning, face-to-face and autonomous by the students). As this is an eminently practical course, with a significant application component, the methodology used will be consistent with this characteristic, so the content will be presented and explored through brief presentations followed by proposals for practical application. This practical application will be carried out through introductory exercises in the synchronous distance sessions and more complex and comprehensive exercises in the face-to-face sessions, thus aiming to deepen the content and provide application, analysis, reflection and synthesis in order to achieve the learning objectives of each topic.

Synchronous distance learning:

M1. Expository and interrogative methods: presentation and exploration of content. Proposed formative application activities through proposals presented by the lecturer and submitted by the students on the LMS Moodle platform.

Face-to-face:

M2. Simulated practice. Practical application using the problem-based learning methodology (ABRP) geared towards the application and consolidation of knowledge. Practical application will be carried out using the resources available in Office 365 and Google Workplace. For the security-related component, students have access to Cisco Networking Academy resources (Cibersecurity), and the use of generative AI tools makes use of ChatGPT and Gemini.

Autonomous:

M3. Additional work/exercises proposed by the teacher aimed at consolidating the topics under study and providing input for the development of students' competences.

The teacher gives feedback on the development of the problem addressed in the laboratory practice (Tutorial Orientation - OT), in person in the classroom or via the Moodle teaching/learning support platform.

In addition, students can interact with the virtual tutor Philix.ai integrated into the LMS Moodle platform.

4.2.14. Avaliação (PT):

Avaliação Curricular (continua):

A1. Portfólio de trabalhos/exercícios práticos realizados nas aulas presenciais (individual). Os exercícios são propostos e a respetiva resolução submetida na plataforma LMS Moodle.

A2. Teste prático (individual). Consiste num exercício de aplicação prática a realizar no final do semestre.

A classificação final é calculada através da fórmula Classificação Final = $A1 \cdot 0,4 + A2 \cdot 0,6$.

O estudante é aprovado se obtiver classificação igual ou superior a 9,5 valores.

A classificação mínima na avaliação curricular (continua) é a seguinte:

- Portfólio de trabalhos/exercícios práticos realizados nas aulas (individual): 10 valores

- Teste prático – no final do semestre (individual): 10 valores.

Avaliação Final ou em Época de Recurso ou Época Especial (A):

Hipótese 1:

A1. Trabalho prático (grupo). O estudante realizou os trabalhos/exercícios práticos nas aulas e obteve classificação positiva: mantém a nota que será considerada nestas épocas de avaliação.

A2. Teste prático (individual). O estudante realiza este Teste de aplicação prática em qualquer das épocas em que se submeta a avaliação.

A classificação final é calculada através da seguinte fórmula: $A1 \cdot 0,4 + A2 \cdot 0,6$.

Hipótese 2:

O estudante não realizou os trabalhos/exercícios práticos nas aulas ou se realizou obteve classificação negativa.

Avaliação Final, Avaliação em Época de Recurso/Especial (A): O estudante realiza o exame que consiste num exercício de aplicação prática ($A=100\%$) e é aprovado se obtiver uma classificação igual ou superior a 9,5 valores em 20.

4.2.14. Avaliação (EN):

Curricular assessment (continuous):

A1. Portfolio of work/practical exercises carried out in class (individual). The exercises are proposed and their resolution submitted on the LMS Moodle platform.

A2. Practical test (individual). This consists of a practical application exercise to be carried out at the end of the semester.

The final grade is calculated using the formula Final Grade = $A1 \cdot 0,4 + A2 \cdot 0,6$.

Students pass if they obtain a mark of 9.5 or more.

The minimum classification in the curricular assessment (continuous) is as follows:

- Portfolio of work/practical exercises carried out in class (individual): 10 marks

- Practical test - at the end of the semester (individual): 10 marks.

Final assessment or in the Appeal Period or Special Period (A):

Hypothesis 1:

A1. Practical work (group). The student has carried out the practical work/exercises in class and obtained a positive mark: they keep the mark that will be taken into account in these assessment periods.

A2. Practical test (individual). The student takes this practical test in any of the assessment periods.

The final mark is calculated using the following formula: $A1 \cdot 0,4 + A2 \cdot 0,6$.

Hypothesis 2:

The student did not carry out the practical work/exercises in class or if they did, they obtained a negative mark.

Final Assessment, Assessment in Appeal/Special Season (A): The student takes the exam which consists of a practical application exercise ($A=100\%$) and is approved if they obtain a mark equal to or greater than 9.5 out of 20.

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

A coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da Unidade curricular é demonstrada através das seguintes relações:

O1. Utilizar diferentes ferramentas de criação de apresentações, processamento de texto, folhas de cálculo e ferramentas colaborativas. [M1, M2, M3] – [A1, A2] ou [A]

O2. Utilizar as redes de informação para partilha de recursos e pesquisa de informação. [M1, M2, M3] – [A1, A2] ou [A]

O3. Aceder, manipular e gerir com sucesso a informação, integrando de forma eficaz as diferentes aplicações informáticas. [M1, M2, M3] – [A1, A2] ou [A]

O4. Minimizar os riscos relacionados com a cibersegurança. [M1, M2, M3] – [A1, A2] ou [A]

O5. Utilizar tecnologias baseadas em IA generativa como ferramenta de apoio à atividade académica e profissional. [M1, M2, M3] – [A1, A2] ou [A]

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

The consistency of the teaching and assessment methodologies with the learning objectives of the curricular unit is demonstrated by the following relationships:

O1. Use different tools for creating presentations, word processing, spreadsheets and collaborative tools. [M1, M2, M3] - [A1, A2] or [A]

O2. Use information networks to share resources and search for information. [M1, M2, M3] - [A1, A2] or [A]

O3. Successfully access, manipulate and manage information, effectively integrating different computer applications. [M1, M2, M3] - [A1, A2] or [A]

O4. Minimise risks related to cybersecurity. [M1, M2, M3] - [A1, A2] or [A]

O5. Use generative AI-based technologies as a tool to support academic and professional activity. [M1, M2, M3] - [A1, A2] or [A]

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

Jellen, B. (2024). Microsoft Excel Pivot Table Data Crunching Including Dynamic Arrays, Power Query, and Copilot. Microsoft Press by Pearson

Lambert, Joan (2023). Microsoft Word Step by Step. Microsoft Press by Pearson

Page, S. (2022). A Comprehensive Step By Step Beginners Guide To Master Excel From Scratch With Basic To Advanced Formula And Functions. Seven Publishing.

Solansky, S. & Khublani, D. (2024). Generative Artificial Intelligence, Exploring the Power and Potential of Generative AI. Apress

Veiga, Pedro (2024). Cibersegurança. Fundação Francisco Manuel dos Santos

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

Jellen, B. (2024). Microsoft Excel Pivot Table Data Crunching Including Dynamic Arrays, Power Query, and Copilot. Microsoft Press by Pearson

Lambert, Joan (2023). Microsoft Word Step by Step. Microsoft Press by Pearson

Page, S. (2022). A Comprehensive Step By Step Beginners Guide To Master Excel From Scratch With Basic To Advanced Formula And Functions. Seven Publishing.

Solansky, S. & Khublani, D. (2024). Generative Artificial Intelligence, Exploring the Power and Potential of Generative AI. Apress

Veiga, Pedro (2024). Cibersegurança. Fundação Francisco Manuel dos Santos

4.2.17. Observações (PT):

Recursos específicos:

- Moodle: <https://moodle.ensinulusofona.pt/>

- Plataforma Teams.

- Internet, Biblioteca, bases de dados científicas.

- Microsoft Office 365.

- Google Workplace.

- Cisco Netorworking Academy (Cibersecurity).

4.2.17. Observações (EN):

Specific resources:

- Moodle: <https://moodle.ensinulusofona.pt/>

- Teams platform.

- Internet, library, scientific databases

- Microsoft Office 365.

- Google Workplace

- Cisco Netorworking Academy (Cybersecurity).

Mapa III - Inglês**4.2.1. Designação da unidade curricular (PT):***Inglês***4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):***English***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***4.2.4. Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):***125.0***4.2.5. Horas de contacto:***Presencial (P) - TP-33.0; PL-0.0; OT-1.0**Síncrona a distância (SD) - TP-9.0; OT-2.0***4.2.6. % Horas de contacto a distância:***24.44%***4.2.7. Créditos ECTS:***5.0***4.2.8. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular:***• Sílvia Cristina da Costa Salavisa - 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):***Esta unidade curricular tem os seguintes objetivos de aprendizagem:**O1. Promover e aperfeiçoar a aprendizagem da língua inglesa, em especial, no que se refere a conceito, expressões e terminologia específica, relacionada com as áreas da gestão e do marketing.**O2. Desenvolver e aprofundar o domínio de língua inglesa nas vertentes, oral e escrita, aperfeiçoando as estruturas gramaticais essenciais à compreensão e fluência linguística.**O3. Estabelecer a ligação entre as competências desenvolvidas e a apreensão e transmissão de conhecimentos, centrados especificamente, no percurso temático do CE.**O4. Demonstrar um nível de utilização da língua inglesa integrando conceitos e expressões adequadas às áreas científicas do ciclo de estudos.**O5. Utilização responsável de sistemas de tradução/escrita baseados em IA.*

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 has the following learning objectives:

- O1. To promote and perfect English language learning, especially with regard to concepts, expressions and specific terminology related to the areas of management and marketing.*
- O2. To develop and deepen oral and written command of the English language, perfecting the grammatical structures essential for linguistic comprehension and fluency.*
- O3 Establishing the link between the skills developed and the apprehension and transmission of knowledge specifically centred on the thematic path of the course.*
- O4. Demonstrate a level of use of the English language, integrating concepts and expressions appropriate to the scientific areas of the study cycle.*
- O5. Responsible use of AI-based translation/writing systems.*

4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):**1. Gestão/Negócios**

Cultura da empresa, negócios em diferentes culturas, estilos de gestão, formação de equipas, produção, marketing, finanças, vendas, padrões de qualidade, inovação, economia global e comércio.

2. Marketing

Conceitos de marketing; A evolução de marketing; O departamento de marketing; O marketing mix; B2B e CRM; Estratégia e plano de marketing; Redes Sociais e marketing; Marketing internacional; Marketing e a sociedade.

3. Socialização

Conhecer pessoas: saudar e responder a saudações; Apresentar pessoas; Informar sobre dados pessoais; Boas-vindas a visitantes; No restaurante; - Fazer chamadas telefónicas; Marcar um encontro de negócios por telefone.

4. Gramática

Presente Simples, Passado Simples, Presente Contínuo, Passado Contínuo, Presente Perfeito, Passado Perfeito; Cláusulas IF; Adjetivos.

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):**1. Management/Business**

Company culture, business in different cultures, management styles, team building, production, marketing, finance, sales, quality standards, innovation, global economy and trade.

2. Marketing

Marketing concepts; The evolution of marketing; The marketing department; The marketing mix; B2B and CRM; Marketing strategy and plan; Social networks and marketing; International marketing; Marketing and society.

3. Socialising

Meeting people: greeting and responding to greetings; Introducing people; Informing about personal details; Welcoming visitors; In the restaurant; - Making telephone calls; Arranging a business meeting by telephone.

4. Grammar

Present Simple, Past Simple, Present Continuous, Past Continuous, Present Perfect, Past Perfect; IF clauses; Adjectives.

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

Os conteúdos programáticos estão em estreita ligação com os objetivos conforme se mostra na correspondência.

1. Gestão/Negócios [O1, O2, O3, O4, O5]

Cultura da empresa, negócios em diferentes culturas, estilos de gestão, formação de equipas, produção, marketing, finanças, vendas, padrões de qualidade, inovação, economia global e comércio.

2. Marketing [O1, O2, O3, O4, O5]

Conceitos de marketing; A evolução de marketing; O departamento de marketing; O marketing mix; B2B e CRM; Estratégia e plano de marketing; Redes Sociais e marketing; Marketing internacional; Marketing e a sociedade.

3. Socialização [O1, O2, O3, O4, O5]

Conhecer pessoas: saudar e responder a saudações; Apresentar pessoas; Informar sobre dados pessoais; Boas-vindas a visitantes; No restaurante; - Fazer chamadas telefónicas; Marcar um encontro de negócios por telefone.

4. Gramática [O1, O2, O3, O4, O5]

Presente Simples, Passado Simples, Presente Contínuo, Passado Contínuo, Presente Perfeito, (...).

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

The programme contents are closely linked to the objectives as shown in the correspondence.

1. Management/Business [O1, O2, O3, O4, O5]

Company culture, business in different cultures, management styles, team building, production, marketing, finance, sales, quality standards, innovation, global economy and trade.

2. Marketing [O1, O2, O3, O4, O5]

Marketing concepts; The evolution of marketing; The marketing department; The marketing mix; B2B and CRM; Marketing strategy and plan; Social networks and marketing; International marketing; Marketing and society.

3. Socialisation [O1, O2, O3, O4, O5]

Meeting people: greeting and responding to greetings; Introducing people; Informing about personal details; Welcoming visitors; In the restaurant; - Making telephone calls; Arranging a business meeting by telephone.

4. Grammar [O1, O2, O3, O4, O5]

Present Simple, Past Simple, Present Continuous, Past Continuous, Present Perfect, Past Perfect; IF clauses; Adjectives.

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

A metodologia articula-se entre as atividades a desenvolver em cada um dos momentos (síncrono a distância, presencial e autónomo pelos estudantes). Tratando-se de uma unidade curricular em que a componente de aplicação é relevante procura-se nas sessões síncronas introduzir as diferentes temáticas complementado com a realização de exercícios de aplicação sobretudo escrita. Nas sessões presenciais aprofunda-se a componente de elaboração de textos escritos introduzindo estruturas frásicas mais complexas e desenvolvem-se as competências de oralidade de modo a atingirem-se os objetivos de aprendizagem propostos.

Síncrono a distância:

M1. Métodos expositivo e interrogativo: apresentação e exploração dos conteúdos.

M2. Aplicação prática através de exercícios, sobretudo de aplicação oral, orientados para a consolidação dos conhecimentos.

Presencial:

M3. Desenvolvimento de atividades teórico/práticas complementados com exercícios de aplicação prática (oral e escrita) utilizando as metodologias ativas baseadas na gamificação com a finalidade de motivar e envolver os estudantes nas atividades propostas. Estas atividades visam aprofundar conhecimentos e o desenvolvimento de vocabulário e de capacidade de produção de estruturas mais avançadas. Na produção destes documentos escritos os estudantes adquirem competências de utilização de ferramentas de tradução (DeepL ou google tradutor) e de revisão correção de textos escritos (TRINKA.AI).

Autónomo:

M4. Exercícios práticos com vertente escrita e oral propostos pelo docente.

O docente dá feedback sobre o desenvolvimento dos exercícios propostos (Orientação tutorial – OT) presencialmente em contexto de sala de aula ou através da plataforma de apoio ao ensino/aprendizagem Moodle.

Complementarmente, os estudantes podem interagir com o tutor virtual Philix.ai integrado na plataforma LMS Moodle.

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

The methodology is articulated between the activities to be developed at each stage (synchronous at a distance, face-to-face and autonomous by the students). As this is a course in which the application component is relevant, the synchronous sessions aim to introduce the different themes, complemented by application exercises, mainly in writing. In the face-to-face sessions, the component of writing texts is deepened by introducing more complex sentence structures and oral skills are developed in order to achieve the proposed learning objectives.

Synchronous distance learning:

M1. Expository and interrogative methods: presentation and exploration of content.

M2. Practical application through exercises, mainly oral, aimed at consolidating knowledge.

Face-to-face:

M3. Development of theoretical/practical activities complemented by practical application exercises (oral and written) using active methodologies based on gamification in order to motivate and involve students in the proposed activities. These activities aim to deepen knowledge and develop vocabulary and the ability to produce more advanced structures. In the production of these written documents, students acquire skills in using translation tools (DeepL or google translator) and in proofreading written texts (TRINKA.AI).

Autonomous:

M4. Practical written and oral exercises proposed by the teacher.

The teacher gives feedback on the development of the proposed exercises (Tutorial Orientation - OT) in person in the classroom or via the Moodle teaching/learning support platform.

In addition, students can interact with the virtual tutor Philix.ai integrated into the LMS Moodle platform.

4.2.14. Avaliação (PT):

Avaliação Curricular (continua):

A1. Exercícios teórico-práticos (individual). Realizados em aula presencial.

A2. Exercícios de conversação em aula presencial.

A3. Teste final teórico-prático (individual). Consiste num teste escrito realizado no final do semestre.

A classificação final é calculada através da fórmula $\text{Classificação Final } A = A1 \cdot 0,3 + A2 \cdot 0,3 + TF \cdot 0,4$. O estudante é aprovado se obtiver classificação igual ou superior a 9,5 valores.

A classificação mínima na avaliação curricular (continua) é a seguinte:

- Exercícios teórico-práticos (individual): 10 valores

- Exercícios de conversação em sala de aula: 10 valores

- Teste final teórico-prático (individual): 8 valores

Avaliação Final e/ou de Recurso/Especial.

Hipótese 1:

- A1. Exercícios teórico-práticos: Exercícios de aplicação em sala de aula. O estudante obteve classificação positiva nesta componente: mantêm a classificação que será considerada em qualquer das épocas.

- A2. Exercícios de conversação em sala de aula. O estudante obteve classificação positiva nesta componente: mantêm a classificação que será considerada em qualquer das épocas.

- A3. Teste final teórico-prático (individual). O estudante realiza este Teste escrito em qualquer das épocas em que se submeta a avaliação.

A classificação final é calculada através da fórmula proposta para a avaliação curricular.

Hipótese 2:

- A1. Exercícios teórico-práticos (individual). O estudante não participou ou participando obteve classificação negativa e/ou

- A2. Exercícios de conversação em sala de aula. O estudante não participou ou participando obteve classificação negativa.

Nestas circunstâncias estas componentes da avaliação não poderão ser utilizadas na Avaliação Final, Avaliação em Época de Recurso/Especial.

O estudante realiza o exame teórico-prático composto por uma componente escrita (A1) e uma componente oral (a) em que a $\text{Avaliação} = A1 \cdot 0,5 + A2 \cdot 0,5$ e é aprovado se obtiver uma classificação igual ou superior a 9,5 valores em 20.

4.2.14. Avaliação (EN):

Curricular assessment (continuous):

A1. Theoretical-practical exercises (individual). Carried out in class.

A2. Conversation exercises in class.

A3. Final theoretical-practical test (individual). This consists of a written test at the end of the semester.

The final grade is calculated using the formula $\text{Final Grade } A = A1 \cdot 0,3 + A2 \cdot 0,3 + TF \cdot 0,4$. Students pass if they obtain a mark of 9.5 or more.

The minimum classification in the curricular assessment (continuous) is as follows:

- Theoretical-practical exercises (individual): 10 marks

- Classroom conversation exercises: 10 marks

- Final theoretical-practical test (individual): 8 marks

Final and/or Supplementary/Special Assessment.

Hypothesis 1:

- A1. Theoretical-practical exercises: Application exercises in class. The student obtained a positive mark in this component: they keep the mark that will be taken into account in any of the periods.

- A2. Conversation exercises in class. The student has obtained a positive mark in this component: they retain the mark that will be taken into account in any of the periods.

- A3. Final theoretical-practical test (individual). The student takes this written test in any of the assessment periods.

The final mark is calculated using the formula proposed for curricular assessment.

Hypothesis 2:

- A1. Theoretical-practical exercises (individual). The student did not take part or obtained a negative mark and/or

- A2. Conversation exercises in class. The student did not take part or did so with a negative mark.

In these circumstances, these components of the assessment cannot be used in the Final Assessment, Appeal/Special Assessment.

The student takes the theoretical-practical exam consisting of a written component (A1) and an oral component (a) in which the $\text{Assessment} = A1 \cdot 0,5 + A2 \cdot 0,5$ and is approved if they obtain a mark equal to or greater than 9.5 out of 20.

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

A coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da Unidade curricular é demonstrada através das seguintes relações:

- O1. Promover e aperfeiçoar a aprendizagem da língua inglesa, em especial, no que se refere a conceitos, expressões e terminologia específica, relacionada com as áreas da gestão e do marketing. [M1, M2, M3, M4] - [A1, A2, A3] ou [A]
- O2. Desenvolver e aprofundar o domínio de língua inglesa nas vertentes, oral e escrita, aperfeiçoando as estruturas gramaticais essenciais à compreensão e fluência linguística. [M1, M2, M3, M4] - [A1, A2, A3] ou [A]
- O3. Estabelecer a ligação entre as competências desenvolvidas e a apreensão e transmissão de conhecimentos, centrados especificamente, no percurso temático do curso. [M1, M2, M3, M4] - [A1, A2, A3] ou [A]
- O4. Demonstrar um nível de utilização da língua inglesa integrando conceitos e expressões adequadas às áreas científicas do ciclo de estudos. [M1, M2, M3, M4] - [A1, A2, A3] ou [A]
- O5. Utilização responsável de sistemas de tradução/escrita baseados em IA. [M1, M2, M3, M4] - [A1, A2, A3] ou [A]

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

The consistency of the teaching and assessment methodologies with the learning objectives of the curricular unit is demonstrated by the following relationships:

- O1. Promote and perfect English language learning, especially with regard to concepts, expressions and specific terminology related to the areas of management and marketing. [M1, M2, M3, M4] - [A1, A2, A3] or [A]
- O2. Develop and deepen oral and written command of the English language, perfecting the grammatical structures essential for linguistic comprehension and fluency. [M1, M2, M3, M4] - [A1, A2, A3] or [A]
- O3. Establish the link between the competences developed and the apprehension and transmission of knowledge, centred specifically on the thematic path of the course. [M1, M2, M3, M4] - [A1, A2, A3] or [A]
- O4. Demonstrate a level of use of the English language integrating concepts and expressions appropriate to the scientific areas of the study cycle. [M1, M2, M3, M4] - [A1, A2, A3] or [A]
- O5. Responsible use of AI-based translation/writing systems. [M1, M2, M3, M4] - [A1, A2, A3] or [A]

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

Bonamy, David (2022). *Technical English 2nd Edition Level 1 Course Book and Ebook*. Pearson Education Limited.
 Brooks, Bessie (2013). *A Guide to English Grammar: Conjugation of Verbs Volume 1, 2 and 3*, Xisbris Corporation.
 Denham, K. & Lobek, Anne (2013). *Navigating English Grammar - A Guide to Analyzing Real Language*, John Wiley and Sons Ltd.
 Swan, Michael & Walter C. (2007). *How English Works: A Grammar Practice Book (With Answers)*, Oxford University Press.

Nota sobre a bibliografia: tratando-se de uma unidade curricular específica optou-se por bibliografia de referência na área em detrimento da atualização (últimos 5 anos).

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

Bonamy, David (2022). *Livro e Ebook do Curso de Inglês Técnico 2ª Edição Nível 1*. Pearson Education Limited.
 Brooks, Bessie (2013). *Um guia para a gramática inglesa: Conjugação de verbos Volume 1, 2 e 3*, Xisbris Corporation.
 Denham, K. & Lobek, Anne (2013). *Navigating English Grammar - A Guide to Analyzing Real Language*, John Wiley and Sons Ltd.
 Swan, Michael & Walter C. (2007). *How English Works: A Grammar Practice Book (With Answers)*, Oxford University Press.

Note on the bibliography: as this is a specific course, we have opted for reference bibliography in the area rather than up-to-date bibliography (last 5 years).

4.2.17. Observações (PT):

Recursos específicos:

- Moodle: <https://moodle.ensinolusofona.pt/>
- Plataforma Teams.
- Internet, Biblioteca, bases de dados científicas.
- Office 365, Trinkia.IA, DeepL e Google tradutor.

4.2.17. Observações (EN):

Specific resources:

- Moodle: <https://moodle.ensinolusofona.pt/>
- Teams platform.
- Internet, library, scientific databases

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):***GAD***4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (EN):***MAD***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):***100.0***4.2.5. Horas de contacto:***Presencial (P) - TP-24.0; PL-9.0; OT-1.0**Síncrona a distância (SD) - TP-9.0; OT-2.0***4.2.6. % Horas de contacto a distância:***24.44%***4.2.7. Créditos ECTS:***4.0***4.2.8. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular:***• António Luís Neves Dionísio - 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):***Esta unidade curricular tem os seguintes objetivos de aprendizagem:*

- O1. Apresentar os conceitos de inovação e empreendedorismo.*
- O2. Sensibilizar os estudantes para as temáticas da inovação.*
- O3. Caracterizar os aspetos mais relevantes da gestão da inovação.*
- O4. Apresentar os fatores motivacionais que caracterizam o comportamento dos empreendedores.*
- O5. Apresentar os aspetos a ter em conta para a criação de uma empresa.*
- O6. Desenvolver o processo conducente à criação de uma empresa.*
- O7. Apresentar uma análise crítica sobre exemplos reais de inovação.*
- O8. Identificar as atitudes e comportamentos que caracterizam uma atitude empreendedora.*
- O9. Equacionar alternativas às suas saídas profissionais relacionadas com o empreendedorismo.*

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 has the following learning objectives:

- O1. Introduce the concepts of innovation and entrepreneurship;*
- O2. Raising students' awareness of innovation issues;*
- O3. Characterize the most important aspects of innovation management;*
- O4. Present the motivational factors that characterize the behavior of entrepreneurs;*
- O5. Present the aspects to take into account when setting up a company;*
- O6. Develop the process leading to the creation of a company.*
- O7. Present a critical analysis of real examples of innovation;*
- O8. Identify the attitudes and behaviors that characterize an entrepreneurial attitude;*
- O9. Consider alternatives to their career paths related to entrepreneurship.*

4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):

- 1. Gestão da inovação: Conceitos de inovação. A contextualização interna e externa. Inovação e saídas profissionais. A inovação e a propriedade intelectual.*
- 2. Introdução ao empreendedorismo: Motivação dos empreendedores. Liderança e gestão de equipas.*
- 3. O processo de criação de negócios/empresas: De onde surgem as ideias. Enquadramento fiscal da criação de negócios. Planeamento e avaliação de negócios. Elaboração de plano de negócio.*

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):

- 1. Innovation management: Concepts of innovation. Internal and external context. Innovation and career paths. Innovation and intellectual property.*
- 2. Introduction to entrepreneurship: Motivation of entrepreneurs. Leadership and team management.*
- 3. The business/enterprise creation process: Where ideas come from. Fiscal framework for business creation. Business planning and evaluation. Drawing up a business plan.*

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

Os conteúdos programáticos estão em estreita ligação com os objetivos conforme se mostra na correspondência.

- 1. Gestão da inovação: Conceitos de inovação A contextualização interna e externa. Inovação e saídas profissionais. A inovação e a propriedade intelectual. [O1, O2, O3, O7, O8]*
- 2. Introdução ao empreendedorismo. Motivação dos empreendedores. Liderança e gestão de equipas. [O4, O8, O9].*
- 3. O processo de criação de negócios/empresas: De onde surgem as ideias. Enquadramento fiscal da criação de negócios. Planeamento e avaliação de negócios. Elaboração de plano de negócio [O5, O6, O8, O9].*

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

The syllabus is closely linked to the objectives, as shown in the correspondence.

- 1. Innovation management: Concepts of innovation Internal and external context. Innovation and career paths. Innovation and intellectual property. [O1, O2, O3, O7, O8]*
- 2. Introduction to entrepreneurship. Motivation of entrepreneurs. Leadership and team management. [O4, O8, O9].*
- 3. The business/enterprise creation process: Where ideas come from. Fiscal framework for business creation. Business planning and evaluation. Drawing up a business plan [O5, O6, O8, O9].*

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

A metodologia articula-se entre as atividades a desenvolver em cada um dos momentos (síncrono a distância, presencial e autónomo pelos estudantes). As sessões síncronas a distância visam, sobretudo, os níveis taxonómicos associados ao conhecimento e à compreensão operacionalizadas através da apresentação e exploração dos conteúdos, enquanto as sessões presenciais visam o aprofundamento dos conteúdos proporcionando a aplicação, análise, reflexão e síntese de modo a atingir os objetivos de aprendizagem de cada um dos tópicos.

Síncrono a distância:

M1. Aulas teóricas/práticas: exposição dos conceitos e discussão dos conteúdos programáticos. Estas sessões serão complementadas com a realização de exercícios de aplicação propostos na plataforma LMS Moodle. Estes exercícios terão caráter formativo e de aprofundamento da compreensão dos temas propostos.

Presencial:

M2. Aulas teóricas/práticas: exposição dos conceitos e discussão dos conteúdos programáticos.

M3. Aplicação prática: através de Casos de estudo orientados para a consolidação/revisão dos conhecimentos.

Autónomo:

M4. Pesquisa orientada proposta pelo docente.

O docente dá feedback sobre os resultados da resolução dos exercícios propostos (Orientação tutorial – OT) presencialmente em contexto de sala de aulas ou através da plataforma de apoio ao ensino/aprendizagem Moodle.

Complementarmente, os estudantes podem interagir com o tutor virtual Philix.ai integrado na plataforma LMS Moodle.

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

The methodology is articulated between the activities to be carried out at each stage (synchronous distance learning, face-to-face and autonomous by the students). The synchronous distance sessions are mainly aimed at the taxonomic levels associated with knowledge and understanding, operationalised through the presentation and exploration of the content, while the face-to-face sessions are aimed at deepening the content by providing application, analysis, reflection and synthesis in order to achieve the learning objectives for each topic.

Synchronous distance learning:

M1. Theoretical/practical classes: presentation of concepts and discussion of programme contents. These sessions will be complemented by application exercises proposed on the LMS Moodle platform. These exercises will have a formative character and deepen understanding of the proposed topics.

Face-to-face:

M2. Theoretical/practical classes: presentation of concepts and discussion of programme contents.

M3. Practical application: through case studies aimed at consolidating/revising knowledge.

Autonomous:

M4. Guided research proposed by the teacher.

The teacher gives feedback on the results of solving the proposed exercises (Tutorial Orientation - OT) in person in the classroom or via the Moodle teaching/learning support platform.

In addition, students can interact with the virtual tutor Philix.ai integrated into the LMS Moodle platform.

4.2.14. Avaliação (PT):

Avaliação Curricular (contínua):

A1. Portfólio: Exercícios de aplicação em sala de aula. Exercícios escritos resolvidos e entregues no final da aula.

A2. Trabalho prático (grupo). Consiste em documento escrito complementado com a apresentação e discussão do mesmo.

A3. Teste final teórico-prático (individual). Teste escrito a realizar no final do semestre.

A classificação final é calculada através da fórmula $\text{Classificação Final} = A1 \times 0,2 + A2 \times 0,4 + TF \times 0,4$. O estudante é aprovado se obtiver classificação igual ou superior a 9,5 valores.

A classificação mínima na avaliação curricular (contínua) é a seguinte:

- Portfólio: Exercícios de aplicação em sala de aula: 10 valores

- Trabalho prático (grupo): 10 valores

- Teste final teórico-prático (individual): 8 valores

A avaliação dos trabalhos práticos em grupo, inclui a avaliação individual dos estudantes que terá uma ponderação de 40% na classificação do estudante nessa componente.

Avaliação Final e/ou Avaliação de Recurso/Especial.

Hipótese 1:

- A1. Portfólio: Exercícios de aplicação em sala de aula. O estudante obteve classificação positiva nesta componente: mantém a classificação que será considerada em qualquer das épocas.

- A2. Trabalho prático (grupo). O estudante participou no trabalho de grupo o qual obteve classificação positiva e obteve classificação positiva na componente individual: mantém a classificação que será considerada em qualquer das épocas (Avaliação Final, Recurso/Especial)

- A3. Teste final teórico-prático (individual). O estudante realiza este Teste escrito em qualquer das épocas em que se submeta a avaliação.

A classificação final é calculada através da fórmula prevista na avaliação Curricular (contínua).

Hipótese 2:

- A1. Portfólio: Exercícios de aplicação em sala de aula. O estudante não participou ou participando obteve classificação negativa.

- A2. Trabalho prático (grupo). O estudante não participou no trabalho de grupo, ou participando obteve classificação negativa no trabalho ou na componente de avaliação individual.

Nestas circunstâncias estas componentes da avaliação não poderão ser utilizadas na Avaliação Final, Avaliação em Época de Recurso/Especial (A): O estudante realiza o exame teórico-prático escrito (A=100%) e é aprovado se obtiver uma classificação igual ou superior a 9,5 valores em 20.

4.2.14. Avaliação (EN):

Curricular assessment (continuous):

A1. Portfolio: Application exercises in class. Written exercises solved and handed in at the end of the lesson.

A2. Practical work (group). Consists of a written document complemented by a presentation and discussion.

A3. Final theoretical-practical test (individual). Written test to be taken at the end of the semester.

The final grade is calculated using the formula $\text{Final Grade} = A1 \times 0,2 + A2 \times 0,4 + TF \times 0,4$. Students pass if they obtain a mark of 9.5 or more.

The minimum classification in the curricular assessment (continuous) is as follows:

- Portfolio: Application exercises in class: 10 marks

- Practical work (group): 10 marks

- Final theoretical-practical test (individual): 8 marks

The assessment of group practical work includes individual student assessment, which will have a weighting of 40 per cent in the student's classification in this component.

Final assessment and/or appeal/special assessment.

Hypothesis 1:

- A1. Portfolio: Application exercises in the classroom. The student has obtained a positive classification in this component: the classification will be maintained and will be considered in any of the periods.

- A2. Practical work (group). The student took part in the group work which was graded positively and obtained a positive grade in the individual component: the grade that will be taken into account at any stage (Final Assessment, Appeal/Special) is maintained.

- A3. Final theoretical-practical test (individual). The student takes this written test in any of the assessment periods.

The final mark is calculated using the formula laid down in the Curricular assessment (continuous).

Hypothesis 2:

- A1. Portfolio: Application exercises in class. The student did not take part or obtained a negative mark.

- A2. Practical work (group). The student did not take part in the group work, or if they did, they obtained a negative mark in the work or in the individual assessment component.

In these circumstances, these components of the assessment cannot be used in the Final Assessment, Assessment in Appeal/Special Season (A): The student takes the written theoretical-practical exam (A=100%) and is approved if they obtain a mark equal to or greater than 9.5 out of 20.

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

A coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da Unidade curricular é demonstrada através das seguintes relações:

- O1. Apresentar os conceitos de inovação e empreendedorismo. [M1, M2] - [A1, A3] ou [A]
- O2. Sensibilizar os estudantes para as temáticas da inovação. [M1, M2] - [A1, A3] ou [A]
- O3. Caracterizar os aspetos mais relevantes da gestão da inovação. [M1, M2] - [A1, A3] ou [A]
- O4. Apresentar os fatores motivacionais que caracterizam o comportamento dos empreendedores. [M1, M2] - [A1, A3] ou [A]
- O5. Apresentar os aspetos a ter em conta para a criação de uma empresa. [M1, M2] - [A1, A3] ou [A]
- O6. Desenvolver o processo conducente à criação de uma empresa. [M1, M2, M3] - [A1, A2, A3] ou [A]
- O7. Apresentar uma análise crítica sobre exemplos reais de inovação. [M1, M2] - [A1, A3] ou [A]
- O8. Identificar as atitudes e comportamentos que caracterizam uma atitude empreendedora. [M1, M2, M3] - [A1, A2, A3] ou [A]
- O9. Equacionar alternativas às suas saídas profissionais relacionadas com o empreendedorismo. [M1, M2, M3] - [A1, A2, A3] ou [A]

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

The consistency of the teaching and assessment methodologies with the learning objectives of the curricular unit is demonstrated through the following relationships:

- O1. Introduce the concepts of innovation and entrepreneurship. [M1, M2] - [A1, A3] or [A]
- O2. Make students aware of innovation issues. [M1, M2] - [A1, A3] or [A]
- O3. Characterize the most relevant aspects of innovation management. [M1, M2] - [A1, A3] or [A]
- O4. Present the motivational factors that characterize the behaviour of entrepreneurs. [M1, M2] - [A1, A3] or [A]
- O5. Present the aspects to take into account when setting up a business. [M1, M2] - [A1, A3] or [A]
- O6. Develop the process leading to the creation of a company. [M1, M2, M3] - [A1, A2, A3] or [A]
- O7. Present a critical analysis of real examples of innovation. [M1, M2] - [A1, A3] or [A]
- O8. Identify the attitudes and behaviours that characterize an entrepreneurial attitude. [M1, M2, M3] - [A1, A2, A3] or [A]
- O9. Consider alternatives to their career paths related to entrepreneurship. [M1, M2, M3] - [A1, A2, A3] or [A]

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

Barringer, B. R. e Ireland, R. D. (2024). *Entrepreneurship – Successfully Launching New Ventures*; Pearson International Edition.
Ferreira, M et. al (2022). *Empreendedorismo - Conceitos e Fundamentos Para a Criação da Nova Empresa*. Edições Silabo.
Negas, M. et. al (2024). *Inovação e Tecnologia, Uma Visão Multidisciplinar*. Edições Silabo.
Reis, Felipa & Reis, Rui (2022). *Manual de Estratégia Empresarial, Inovação e Empreendedorismo*. Edições Silabo.

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

Barringer, B. R. e Ireland, R. D. (2024). *Entrepreneurship – Successfully Launching New Ventures*; Pearson International Edition.
Ferreira, M et. al (2022). *Empreendedorismo - Conceitos e Fundamentos Para a Criação da Nova Empresa*. Edições Silabo.
Negas, M. et. al (2024). *Inovação e Tecnologia, Uma Visão Multidisciplinar*. Edições Silabo.
Reis, Felipa & Reis, Rui (2022). *Manual de Estratégia Empresarial, Inovação e Empreendedorismo*. Edições Silabo.

4.2.17. Observações (PT):

Recursos específicos:

- Moodle: <https://moodle.ensinulusofona.pt/>
- Plataforma Teams.
- Internet, Biblioteca, bases de dados científicas.

4.2.17. Observações (EN):

Specific resources:

- Moodle: <https://moodle.ensinulusofona.pt/>
- Teams platform.
- Internet, library, scientific databases

Mapa III - Inteligência Artificial aplicada ao Marketing

4.2.1. Designação da unidade curricular (PT):*Inteligência Artificial aplicada ao Marketing***4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):***Artificial Intelligence Applied to Marketing***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):***INF***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):***125.0***4.2.5. Horas de contacto:***Presencial (P) - TP-15.0; PL-18.0; OT-1.0**Síncrona a distância (SD) - TP-9.0; OT-2.0***4.2.6. % Horas de contacto a distância:***24.44%***4.2.7. Créditos ECTS:***5.0***4.2.8. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular:***• Ricardo Ângelo Rosa Vardasca - 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):***Esta unidade curricular tem os seguintes objetivos de aprendizagem:**O1. Distinguir as diferenças entre Inteligência Artificial (IA) e 'Machine Learning'.**O2. Analisar as implicações das tecnologias de IA no contexto das atividades relacionadas com o marketing, nomeadamente no desenvolvimento de análises preditivas e previsões de tendências de mercado, na personalização e segmentação de clientes, otimização de campanhas, etc.**O3. Aplicar as tecnologias de IA nos contextos das estratégias de marketing.**O4. Discutir o impacto da inteligência artificial na força de trabalho, nos processos de marketing e no consumo no futuro.***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 has the following learning objectives:**O1. Distinguish the differences between Artificial Intelligence (AI) and Machine Learning.**O2. Analyse the implications of AI technologies in the context of marketing-related activities, namely in the development of predictive analyses and forecasts of market trends, customer personalization and segmentation, campaign optimization, etc.**O3. Apply AI technologies in the context of marketing strategies.**O4. Discuss the impact of artificial intelligence on the workforce, marketing processes and consumption in the future.*

4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):

1. Introdução à Inteligência Artificial (IA) no Marketing.
2. Fundamentos da IA e Machine Learning.
3. Aplicações de IA em Estratégias de Marketing Digital.
4. Análise Preditiva e Previsão de Tendências de Mercado.
5. Personalização e Segmentação de Clientes com IA.
6. Reconhecimento de Padrões e Análise de Sentimentos em clientes.
7. Otimização de Campanhas de Publicidade com Algoritmos Inteligentes.
8. Otimização de Atendimento ao Cliente com Chatbots e Assistência Virtual.
9. Casos de Estudo e Exemplos Práticos de Aplicações de IA no Marketing.
10. Perspetivas e Tendências Emergentes em IA no Marketing.

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):

1. Introduction to Artificial Intelligence (AI) in Marketing.
2. Fundamentals of AI and Machine Learning.
3. Applications of AI in Digital Marketing Strategies.
4. Predictive Analysis and Forecasting Market Trends.
5. Personalization and Customer Segmentation with AI.
6. Pattern Recognition and Sentiment Analysis on customers.
7. Optimizing Advertising Campaigns with Intelligent Algorithms.
8. Optimizing Customer Service with Chatbots and Virtual Assistance.
9. Case Studies and Practical Examples of AI Applications in Marketing.
10. Emerging Perspectives and Trends in AI in Marketing.

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

Os conteúdos programáticos estão em estreita ligação com os objetivos conforme se mostra na correspondência.

1. Introdução à Inteligência Artificial (IA) no Marketing. [O1]
2. Fundamentos da IA e Machine Learning. [O1]
3. Aplicações de IA em Estratégias de Marketing Digital. [O2, O3]
4. Análise Preditiva e Previsão de Tendências de Mercado. [O2, O3]
5. Personalização e Segmentação de Clientes com IA. [O2, O3]
6. Reconhecimento de Padrões e Análise de Sentimentos em clientes. [O2, O3]
7. Otimização de Campanhas de Publicidade com Algoritmos Inteligentes. [O2, O3]
8. Otimização de Atendimento ao Cliente com Chatbots e Assistência Virtual. [O2, O3]
9. Casos de Estudo e Exemplos Práticos de Aplicações de IA no Marketing. [O1, O2, O3, O4]
10. Perspetivas e Tendências Emergentes em IA em Marketing. [O4]

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

The syllabus is closely linked to the objectives, as shown in the correspondence.

1. Introduction to Artificial Intelligence (AI) in Marketing. [O1]
2. Fundamentals of AI and Machine Learning. [O1]
3. Applications of AI in Digital Marketing Strategies. [O2, O3]
4. Predictive Analysis and Forecasting Market Trends. [O2, O3]
5. Personalization and Customer Segmentation with AI. [O2, O3]
6. Pattern Recognition and Sentiment Analysis for clients. [O2, O3]
7. Optimizing Advertising Campaigns with Intelligent Algorithms. [O2, O3]
8. Optimizing Customer Service with Chatbots and Virtual Assistance. [O2, O3]
9. Case Studies and Practical Examples of AI Applications in Marketing. [O1, O2, O3, O4]
10. Emerging Perspectives and Trends in AI in Marketing. [O4]

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

A metodologia articula-se entre as atividades a desenvolver em cada um dos momentos (síncrono a distância, presencial e autónomo pelos estudantes). As sessões síncronas a distância visam, sobretudo, os níveis taxonómicos associados ao conhecimento e à compreensão operacionalizadas através da apresentação e exploração dos conteúdos, enquanto as sessões presenciais visam o aprofundamento dos conteúdos proporcionando a aplicação, análise, reflexão e síntese de modo a atingir os objetivos de aprendizagem de cada um dos tópicos.

Síncrono a distância:

M1. Método expositivo: apresentação de cada um dos tópicos dos conteúdos. Utilização de método demonstrativo e interrogativo para consolidação de conhecimentos através da realização de atividades de aplicação formativa, propostas e realizadas na plataforma LMS Moodle.

Presencial:

M2. Prática simulada. Desenvolvimento de atividades de aplicação prática com recursos a ferramentas de IA visando aprofundar os temas em estudo. Apresentação e análise/discussão de Casos de estudo. A aplicação prática será concretizada através da utilização do software Python (Anaconda, SKLearn, Pytholog disponível através da plataforma de Computação em Nuvem Amazon Web Services (AWS)).

Autónomo:

M3. Pesquisa orientada proposta pelo docente com a finalidade de complementar as temáticas estudadas e visando a realização de trabalho de pesquisa seguindo as regras da investigação científica.

A unidade curricular compreende ainda tutoriais de apoio aos estudantes nas quais o docente dá feedback sobre o desenvolvimento do trabalho desenvolvido pelos estudantes (Orientação tutorial – OT) presencialmente no contexto da sala de aula e/ou através da plataforma de apoio ao ensino/aprendizagem Moodle.

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

The methodology is articulated between the activities to be carried out at each stage (synchronous distance learning, face-to-face and autonomous by the students). The synchronous distance sessions are mainly aimed at the taxonomic levels associated with knowledge and understanding, operationalised through the presentation and exploration of the content, while the face-to-face sessions are aimed at deepening the content by providing application, analysis, reflection and synthesis in order to achieve the learning objectives for each topic.

Synchronous distance learning:

M1. Expository method: presentation of each content topic. Use of the demonstrative and interrogative method to consolidate knowledge by carrying out formative application activities, proposed and carried out on the LMS Moodle platform.

Face-to-face:

M2. Simulated practice. Development of practical application activities using AI tools aimed at deepening the topics under study.

Presentation and analysis/discussion of case studies. Practical application will be realised through the use of Python software (Anaconda, SKLearn, Pytholog available through the Amazon Web Services (AWS) Cloud Computing platform.

Autonomous:

M3. Guided research proposed by the lecturer with the aim of complementing the themes studied and aiming to carry out research work following the rules of scientific research.

The curricular unit also includes student support tutorials in which the lecturer gives feedback on the development of the work carried out by the students (Tutorial Orientation - OT) in person in the classroom and/or via the Moodle teaching/learning support platform.

4.2.14. Avaliação (PT):

Avaliação Curricular (continua):

A1. Exercícios práticos desenvolvidos em sala de aula (individual). Com a respetiva resolução submetida na plataforma LMS Moodle.

A2. Trabalho de grupo. Trata-se de um trabalho com componente de aplicação e relatório escrito a submeter na plataforma Moodle e apresentado e discutido na sala de aula.

A classificação final é calculada através da fórmula $\text{Classificação Final} = 0,4 \cdot A1 + 0,6 \cdot A2$.

O estudante é aprovado se obtiver classificação igual ou superior a 9,5 valores.

A classificação mínima na avaliação curricular (continua) é a seguinte:

- Exercícios práticos desenvolvidos em sala de aula (individual): 10 valores

- Trabalho de pesquisa (grupo): 10 valores

A avaliação dos trabalhos práticos em grupo, inclui a avaliação individual dos estudantes que terá uma ponderação de 40% na classificação do estudante nessa componente.

Avaliação Final ou em Época de Recurso ou Época Especial (A):

Hipótese 1:

A1. Exercícios práticos desenvolvidos em sala de aula (individual). O estudante realizou estes exercícios e obteve nota positiva: mantém a nota que será considerada nestas épocas de avaliação.

Ou

A2. Trabalho de pesquisa (grupo). O estudante participou no trabalho de grupo e obteve classificação positiva na componente individual: mantém a nota que será considerada nestas épocas de avaliação.

Neste caso o Estudante realiza um o exame teórico-prático composto por um exercício prático de aplicação e uma componente teórica (A3).

A classificação final é calculada através da seguinte formula: $A1 \text{ ou } A2 \cdot 0,4 + A3 \cdot 0,6$.

Hipótese 2:

O estudante não realizou os exercícios práticos em sala de aula (individual) e/ou não participou no trabalho de pesquisa ou participando obteve classificação negativa na componente de avaliação individual.

Avaliação Final, Avaliação em Época de Recurso/Especial (A): O estudante realiza o exame teórico-prático composto por um exercício prático de aplicação e uma componente teórica (A=100%) e é aprovado se obtiver uma classificação igual ou superior a 9,5 valores em 20.

4.2.14. Avaliação (EN):

Curricular assessment (continuous):

A1. Practical exercises developed in class (individual). With the respective resolution submitted on the LMS Moodle platform.

A2. Group work. This is an assignment with an application component and a written report to be submitted on the Moodle platform and presented and discussed in class.

The final grade is calculated using the formula $\text{Final Grade} = 0.4 \cdot A1 + 0.6 \cdot A2$.

The student is approved if they obtain a mark of 9.5 or more.

The minimum classification in the curricular assessment (continuous) is as follows:

- Practical exercises carried out in class (individual): 10 marks

- Research work (group): 10 marks

The assessment of the practical group work includes the individual assessment of the students, which will have a weighting of 40 per cent in the student's classification in this component.

Final Assessment or in the Examination Period or Special Examination Period (A):

Hypothesis 1:

A1. Practical exercises carried out in class (individual). The student has carried out these exercises and obtained a positive mark: they keep the mark that will be taken into account in these assessment periods.

Or

A2. Research work (group). The student has taken part in the group work and obtained a positive mark in the individual component: they keep the mark that will be taken into account in these assessment periods.

In this case, the student takes a theoretical-practical exam consisting of a practical application exercise and a theoretical component (A3).

The final grade is calculated using the following formula: $A1 \text{ or } A2 \cdot 0.4 + A3 \cdot 0.6$.

Hypothesis 2:

The student did not carry out the practical exercises in class (individual) and/or did not take part in the research work or, if they did, obtained a negative mark in the individual assessment component.

Final Assessment, Assessment in Appeal/Special Season (A): The student takes the theoretical-practical exam consisting of a practical application exercise and a theoretical component (A=100%) and is approved if they obtain a mark equal to or greater than 9.5 out of 20.

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

PT

- O1. Distinguir as diferenças entre Inteligência Artificial (IA) e 'Machine Learning'. [M1] - [A1] ou [A]
- O2. Analisar as implicações das tecnologias de IA no contexto das atividades relacionadas com o marketing, nomeadamente no desenvolvimento de análises preditivas e previsões de tendências de mercado, na personalização e segmentação de clientes, otimização de campanhas, etc.[M1] - [A1] ou [A]
- O3. Aplicar as tecnologias de IA nos contextos das estratégias de marketing. [M2 e M3] - [A2] ou [A]
- O4. Discutir o impacto da inteligência artificial na força de trabalho, nos processos de marketing e no consumo no futuro.[M1, M2 e M3] - [A1 e A2] ou [A]

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

- O1. Distinguish the differences between Artificial Intelligence (AI) and Machine Learning. [M1] - [A1] or [A]
- O2. Analyse the implications of AI technologies in the context of marketing-related activities, namely in the development of predictive analyses and market trend forecasts, customer personalization and segmentation, campaign optimization, etc.[M1] - [A1] or [A]
- O3. Apply AI technologies in the context of marketing strategies. [M2 and M3] - [A2] or [A]
- O4. Discuss the impact of artificial intelligence on the workforce, marketing processes and consumption in the future. [M1, M2 and M3] - [A1 and A2] or [A]

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

Aggarwal, C. C. (2021). *Artificial Intelligence A Textbook*. Springer.

Gentsch, P. (2019). *AI in Marketing, Sales and Service. How Marketers without a Data Science Degree can use AI, Big Data and Bots*. Palgrave Macmillan Cham

Kaput, M. (2022). *Marketing Artificial Intelligence*. BenBella Books

Russell, S., & Norvig, P. (2021). *Artificial intelligence: a modern approach*. Pearson.

Vvaa (2024). *Inteligencia Artificial Para El Marketing*. ESIC Editorial.

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

Aggarwal, C. C. (2021). *Artificial Intelligence A Textbook*. Springer.

Gentsch, P. (2019). *AI in Marketing, Sales and Service. How Marketers without a Data Science Degree can use AI, Big Data and Bots*. Palgrave Macmillan Cham

Kaput, M. (2022). *Marketing Artificial Intelligence*. BenBella Books

Russell, S., & Norvig, P. (2021). *Artificial intelligence: a modern approach*. Pearson.

Vvaa (2024). *Inteligencia Artificial Para El Marketing*. ESIC Editorial.

4.2.17. Observações (PT):

Recursos específicos:

- Moodle: <https://moodle.ensinolusofona.pt/>
- Plataforma Zoom.
- Laboratórios informáticos com ligação à internet e vídeo projetor.
- Internet, Biblioteca, bases de dados científicas.
- Software Python (Anaconda, SKLearn, Pytholog).
- Amazon Web Services (AWS).

4.2.17. Observações (EN):

Specific resources:

- Moodle: <https://moodle.ensinolusofona.pt/>
- Zoom platform.
- Computer labs with internet connection and video projector.
- Internet, library, scientific databases.
- Python software (Anaconda, SKLearn, Pytholog).
- Amazon Web Services (AWS).

Mapa III - Introdução ao Marketing**4.2.1. Designação da unidade curricular (PT):***Introdução ao Marketing*

4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):*Introduction to Marketing***4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (PT):***MKT***4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (EN):***MKT***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):***175.0***4.2.5. Horas de contacto:***Presencial (P) - TP-42.0; OT-3.0**Síncrona a distância (SD) - TP-12.0; OT-3.0***4.2.6. % Horas de contacto a distância:***25.00%***4.2.7. Créditos ECTS:***7.0***4.2.8. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular:***• Jorge Manuel Gouveia Vieira - 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):***Esta unidade curricular tem os seguintes objetivos de aprendizagem:*

- 01. Apresentar os conceitos básicos sobre marketing.*
- 02. Caracterizar o papel do marketing nas organizações.*
- 03. Identificar as atitudes, as técnicas e os modelos de marketing.*
- 04. Apresentar os conceitos fundamentais do marketing operacional - o mix do produto e do serviço.*
- 05. Apresentar as novas tendências e aplicações do marketing.*
- 06. Analisar e perspetivar a posição da empresa em termos de marketing.*
- 07. Distinguir e combinar as variáveis do marketing-mix.*
- 08. Discutir as novas tendências do marketing.*

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 has the following learning objectives:*

- 01. Introduce the basic concepts of marketing.*
- 02. Characterize the role of marketing in organizations.*
- 03. Identify marketing attitudes, techniques and models.*
- 04. Introduce the fundamental concepts of operational marketing - the product and service mix.*
- 05. Present new marketing trends and applications.*
- 06. Analyze and view the company's position in terms of marketing.*
- 07. Distinguishing and combining marketing-mix variables.*
- 08. Discuss new marketing trends.*

4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):

1. O marketing, conceito e processo: Marketing e orientação para o cliente. Estratégias e programas de marketing.
2. Análise de oportunidades e definição da estratégia de marketing: Ambiente de marketing. Comportamento de compra: mercado consumidor e mercado organizacional. Concorrência. Estratégia de marketing.
3. O marketing-mix: Política de produto. Política de preço. Política de distribuição. Política de comunicação.
4. Novas tendências e aplicações do marketing.

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):

1. Marketing, concept and process: Marketing and customer orientation. Marketing strategies and programs.
2. Analyzing opportunities and defining marketing strategy: Marketing environment. Buying behaviour: consumer market and organizational market. Competition. Marketing strategy.
3. The marketing mix: Product policy. Price policy. Distribution policy. Communication policy.
4. New marketing trends and applications.

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

Os conteúdos programáticos estão em estreita ligação com os objetivos conforme se mostra na correspondência.

1. O marketing, conceito e processo: Marketing e orientação para o cliente. Estratégias e programas de marketing. [O1, O2, O6]
2. Análise de oportunidades e definição da estratégia de marketing: Ambiente de marketing. Comportamento de compra: mercado consumidor e mercado organizacional. Concorrência. Estratégia de marketing. [O3, O6]
3. O marketing-mix: Política de produto. Política de preço. Política de distribuição. Política de comunicação. [O4, O7]
4. Novas tendências e aplicações do marketing. [O5, O8]

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

The syllabus is closely linked to the objectives, as shown in the correspondence.

1. Marketing, concept and process: Marketing and customer orientation. Marketing strategies and programs. [O1, O2, O6]
2. Analyzing opportunities and defining marketing strategy: Marketing environment. Buying behaviour: consumer market and organizational market. Competition. Marketing strategy. [O3, O6]
3. The marketing mix: Product policy. Price policy. Distribution policy. Communication policy. [O4, O7]
4. New marketing trends and applications. [O5, O8]

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

A metodologia articula-se entre as atividades a desenvolver em cada um dos momentos (síncrono a distância, presencial e autónomo pelos estudantes). As sessões síncronas a distância visam, sobretudo, os níveis taxonómicos associados ao conhecimento e à compreensão operacionalizadas através da apresentação e exploração dos conteúdos, enquanto as sessões presenciais visam o aprofundamento dos conteúdos proporcionando a aplicação, análise, reflexão e síntese de modo a atingir os objetivos de aprendizagem de cada um dos tópicos.

Síncrono a distância:

M1. Métodos expositivo e interrogativo: apresentação e exploração dos conteúdos.

Presencial:

M2. Aplicação prática através de exercícios orientados para a consolidação dos conhecimentos.

M3. Prática baseada na metodologia Caso de Estudo através da qual os estudantes analisaram casos práticos propostos pelo docente.

Autónomo:

M4. Pesquisa orientada proposta pelo docente visando consolidar as temáticas em estudo e fornecendo inputs para o trabalho prático desenvolvido pelos estudantes.

O docente dá feedback sobre o desenvolvimento dos Casos de estudo abordados na prática (Orientação tutorial – OT), presencialmente em contexto de sala de aula, ou através da plataforma de apoio ao ensino/aprendizagem Moodle.

Complementarmente, os estudantes podem interagir com o tutor virtual Philix.ai integrado na plataforma LMS Moodle.

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

The methodology is articulated between the activities to be carried out at each stage (synchronous distance learning, face-to-face and autonomous by the students). The synchronous distance sessions are mainly aimed at the taxonomic levels associated with knowledge and understanding, operationalised through the presentation and exploration of the content, while the face-to-face sessions are aimed at deepening the content by providing application, analysis, reflection and synthesis in order to achieve the learning objectives for each topic.

Synchronous distance learning:

M1. Expository and interrogative methods: presentation and exploration of the contents.

Face-to-face:

M2. Practical application through exercises aimed at consolidating knowledge.

M3. Practice based on the Case Study methodology through which students analyse practical cases proposed by the lecturer.

Autonomous:

M4. Guided research proposed by the lecturer aimed at consolidating the themes under study and providing input for the practical work carried out by the students.

The lecturer gives feedback on the development of the case studies covered in practice (Tutorial Orientation - OT), in person in the classroom or via the Moodle teaching/learning support platform.

In addition, students can interact with the Philix.ai virtual tutor integrated into the Moodle LMS platform.

4.2.14. Avaliação (PT):

Avaliação Curricular (contínua):

A1. Teste teórico/prático intermédio (individual). Teste escrito.

A2. Trabalho prático (grupo). Consiste num trabalho escrito complementado por apresentação e discussão.

A3. Teste teórico/prático (individual). Teste escrito no final do semestre.

A classificação final é calculada através da fórmula Classificação Final = $A1 \cdot 0,3 + A2 \cdot 0,4 + A3 \cdot 0,3$.

O estudante é aprovado se obtiver classificação igual ou superior a 9,5 valores.

A classificação mínima na avaliação curricular (continua) é a seguinte:

- Teste teórico/prático intermédio (individual): 6 valores

- Trabalho prático (grupo): 10 valores

- Teste teórico/prático – no final do semestre (individual): 8 valores.

A avaliação dos trabalhos práticos em grupo, inclui a avaliação individual dos estudantes que terá uma ponderação de 40% na classificação do estudante nessa componente.

Avaliação Final ou em Época de Recurso ou Época Especial (A):

Hipótese 1:

A2. Trabalho prático (grupo). O estudante participou no trabalho de grupo e obteve classificação positiva na componente individual: mantém a nota que será considerada nestas épocas de avaliação.

A1. Teste teórico/prático (individual). O estudante realiza este Teste escrito em qualquer das épocas em que se submeta a avaliação.

A classificação final é calculada através da seguinte fórmula: $A1 \cdot 0,6 + A2 \cdot 0,4$.

Hipótese 2:

O estudante não participou no trabalho de grupo ou participando obteve classificação negativa na componente de avaliação individual.

Avaliação Final, Avaliação em Época de Recurso/Especial (A): O estudante realiza o exame teórico-prático escrito ($A=100\%$) e é aprovado se obtiver uma classificação igual ou superior a 9,5 valores em 20.

4.2.14. Avaliação (EN):

Curricular assessment (continuous):

A1. Intermediate theoretical/practical test (individual). Written test.

A2. Practical work (group). Consists of a written assignment complemented by a presentation and discussion.

A3. Theoretical/practical test (individual). Written test at the end of the semester.

The final grade is calculated using the formula $\text{Final Grade} = A1 \cdot 0.3 + A2 \cdot 0.4 + A3 \cdot 0.3$.

Students pass if they obtain a mark of 9.5 or more.

The minimum classification in the curricular assessment (continuous) is as follows:

- Intermediate theoretical/practical test (individual): 6 marks

- Practical work (group): 10 marks

- Theoretical/practical test - at the end of the semester (individual): 8 marks.

The assessment of group practical work includes the individual assessment of students, which will have a weighting of 40 per cent in the student's classification in this component.

Final assessment or in the Appeal Period or Special Period (A):

Hypothesis 1:

A2. Practical work (group). The student took part in the group work and obtained a positive mark in the individual component: he/she keeps the mark that will be taken into account in these assessment periods.

A1. Theoretical/practical test (individual). The student takes this written test in any of the assessment periods.

The final mark is calculated using the following formula: $A1 \cdot 0.6 + A2 \cdot 0.4$.

Hypothesis 2:

The student has not taken part in the group work or has obtained a negative mark in the individual assessment component.

Final Assessment, Assessment in Appeal/Special Season (A): The student takes the written theoretical-practical exam ($A=100\%$) and passes if they obtain a mark equal to or greater than 9.5 out of 20.

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

A coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da Unidade curricular é demonstrada através das seguintes relações:

O1. Apresentar os conceitos básicos sobre marketing. [M1, M2] – [A1, A3] ou [A]

O2. Caracterizar o papel do marketing nas organizações. [M1, M2] – [A1, A3] ou [A]

O3. Identificar as atitudes, as técnicas e os modelos de marketing. [M1, M2] – [A1, A3] ou [A]

O4. Apresentar os conceitos fundamentais do marketing operacional - o mix do produto e do serviço. [M1, M2] – [A1, A3] ou [A]

O5. Apresentar as novas tendências e aplicações do marketing. M1, M2] – [A1, A3] ou [A]

O6. Analisar e perspetivar a posição da empresa em termos de marketing. [M1, M2, M3, M4] – [A1, A2, A3] ou [A]

O7. Distinguir e combinar as variáveis do marketing-mix. [M1, M2, M3, M4] – [A1, A2, A3] ou [A]

O8. Discutir as novas tendências do marketing. [M1, M2, M3, M4] – [A1, A2, A3] ou [A]

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

The consistency of the teaching and assessment methodologies with the learning objectives of the curricular unit is demonstrated through the following relationships:

O1. Introduce the basic concepts of marketing. [M1, M2] - [A1, A3] or [A]

O2. Characterize the role of marketing in organizations. [M1, M2] - [A1, A3] or [A]

O3. Identify marketing attitudes, techniques and models. [M1, M2] - [A1, A3] or [A]

O4. Introduce the fundamental concepts of operational marketing - the product and service mix. [M1, M2] - [A1, A3] or [A]

O5. Present new marketing trends and applications. M1, M2] - [A1, A3] or [A]

O6. Analyze and view the company's position in terms of marketing. [M1, M2, M3, M4] - [A1, A2, A3] or [A]

O7. Distinguish and combine the marketing-mix variables. [M1, M2, M3, M4] - [A1, A2, A3] or [A]

O8. Discuss new marketing trends. [M1, M2, M3, M4] - [A1, A2, A3] or [A]

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

Clow and Baack (2021). *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications*. Pearson Education Limited.

Kotler, P. e Kartajaya, H. e Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0 - Tecnologia para a humanidade*. Lisboa: Actual

Kotler, Philip, Gary Armstrong, and Sridhar Balasubramanian (2023). *Principles of Marketing*. 19th Ed. Pearson.

Pride, W. M., & Ferrell, O. C. (2024). *Marketing* (21st ed.). Cengage Learning.

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

Clow and Baack (2021). *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications*. Pearson Education Limited.

Kotler, P. e Kartajaya, H. e Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0 - Tecnologia para a humanidade*. Lisboa: Actual

Kotler, Philip, Gary Armstrong, and Sridhar Balasubramanian (2023). *Principles of Marketing*. 19th Ed. Pearson.

Pride, W. M., & Ferrell, O. C. (2024). *Marketing* (21st ed.). Cengage Learning.

4.2.17. Observações (PT):*Recursos específicos:*

- Moodle: <https://moodle.ensinulusofona.pt/>
- Plataforma Teams.
- Internet, Biblioteca, bases de dados científicas.

4.2.17. Observações (EN):*Specific resources:*

- Moodle: <https://moodle.ensinulusofona.pt/>
- Teams platform.
- Internet, library, scientific databases

Mapa III - Logística e Distribuição**4.2.1. Designação da unidade curricular (PT):***Logística e Distribuição***4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):***Logistics and Distribution***4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (PT):***GAD***4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (EN):***MAD***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):***125.0***4.2.5. Horas de contacto:***Presencial (P) - TP-21.0; PL-12.0; OT-1.0
Síncrona a distância (SD) - TP-9.0; OT-2.0***4.2.6. % Horas de contacto a distância:***24.44%***4.2.7. Créditos ECTS:***5.0***4.2.8. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular:**

- João Pedro da Cruz Fernandes Thomaz - 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):

Esta unidade curricular tem os seguintes objetivos de aprendizagem:

- O1. Apresentar os principais conceitos associados à gestão da distribuição e da logística.*
- O2. Perspetivar a gestão da distribuição e da logística, como componentes da estratégia de marketing empresarial.*
- O3. Identificar as estratégias para gerir a cadeia de abastecimento.*
- O4. Identificar sistemas de armazenamento e equipamentos de movimento de materiais.*
- O5. Apresentar e discutir os métodos de previsão.*
- O6. Apresentar os conceitos, métodos e técnicas para gestão de frotas.*
- O7. Aplicar os conhecimentos a situações concretas, de um modo eficaz e eficiente.*

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 has the following learning objectives:

- O1. Present the main concepts associated with distribution and logistics management.*
- O2. View distribution and logistics management as components of the company's marketing strategy.*
- O3. Identify strategies for managing the supply chain.*
- O4. Identify storage systems and materials handling equipment.*
- O5. Present and discuss forecasting methods.*
- O6. Present the concepts, methods and techniques for fleet management.*
- O7. Apply knowledge to concrete situations effectively and efficiently.*

4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):

- 1. Distribuição e Logística: Estratégia de distribuição . Logística integrada. Logística empresarial. Gestão da cadeia logística.*
- 2. Cadeia de abastecimento: Conceito. Design da rede. Estratégias de gestão da CA.*
- 3. Gestão de armazéns: Sistemas e equipamentos de armazenamento. Organização e controlo dos armazéns e sistemas de armazenamento. Framework e modelos para a conceção e gestão de armazéns.*
- 4. Métodos de previsão: Introdução aos métodos de previsão. Previsão e tomada de decisões. Seleção e comparação de métodos de previsão.*
- 5. Movimentação de materiais e bens: Planeamento e integração. Benefícios.*
- 6. Transportes - Gestão de frotas: Métodos de seleção. Programação de rotas. Internacionalização.*

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):

- 1. Distribution and Logistics: Distribution strategy. Integrated logistics. Business logistics. Logistics chain management.*
- 2. Supply chain: Concept. Network design. Supply chain management strategies.*
- 3. Warehouse management: Storage systems and equipment. Organization and control of warehouses and storage systems. Frameworks and models for warehouse design and management.*
- 4. Forecasting methods: Introduction to forecasting methods. Forecasting and decision-making. Selection and comparison of forecasting methods.*
- 5. Movement of materials and goods: Planning and integration. Benefits.*
- 6. Transportation - Fleet management: Selection methods. Route scheduling. Internationalization.*

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

Os conteúdos programáticos estão em estreita ligação com os objetivos conforme se mostra na correspondência.

- 1. Distribuição e Logística: Estratégia de distribuição. Logística integrada. Logística empresarial. Gestão da cadeia logística. [O1, O2, O7]*
- 2. Cadeia de abastecimento: Conceito. Design da rede. Estratégias de gestão da CA. [O3, O7]*
- 3. Gestão de armazéns: Sistemas e equipamentos de armazenamento. Organização e controlo dos armazéns e sistemas de armazenamento. Framework e modelos para a conceção e gestão de armazéns. [O2, O7]*
- 4. Métodos de previsão: Introdução aos métodos de previsão. Previsão e tomada de decisões. Seleção e comparação de métodos de previsão. [O5, O7]*
- 5. Movimentação de materiais e bens: Planeamento e integração. Benefícios. [O4, O7]*
- 6. Transportes - Gestão de frotas: Métodos de seleção. Programação de rotas. Internacionalização. [O6, O7]*

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

The syllabus is closely linked to the objectives, as shown in the correspondence.

1. Distribution and Logistics: Distribution strategy. Integrated logistics. Business logistics. Logistics chain management. [O1, O2, O7]
2. Supply chain: Concept. Network design. Supply chain management strategies. [O3, O7]
3. Warehouse management: Storage systems and equipment. Organization and control of warehouses and storage systems. Frameworks and models for warehouse design and management. [O2, O7]
4. Forecasting methods: Introduction to forecasting methods. Forecasting and decision-making. Selection and comparison of forecasting methods. [O5, O7]
5. Movement of materials and goods: Planning and integration. Benefits. [O4, O7]
6. Transportation - Fleet management: Selection methods. Route scheduling. Internationalization. [O6, O7]

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

A metodologia articula-se entre as atividades a desenvolver em cada um dos momentos (síncrono a distância, presencial e autónomo pelos estudantes). As sessões síncronas a distância visam, sobretudo, os níveis taxonómicos associados ao conhecimento e à compreensão operacionalizadas através da apresentação e exploração dos conteúdos, enquanto as sessões presenciais visam o aprofundamento dos conteúdos proporcionando a aplicação, análise, reflexão e síntese de modo a atingir os objetivos de aprendizagem de cada um dos tópicos.

Síncrono a distância:

M1. Métodos expositivo e interrogativo: apresentação e exploração dos conteúdos. Complementada com a participação em fóruns de discussão e wikis sobre as temáticas propostas. Estas atividades tem cariz eminentemente formativo sendo objeto de feedback atempado por parte do docente.

Presencial:

M2. Aplicação prática através de exercícios orientados para a consolidação dos conhecimentos.

M3. Prática baseada na metodologia Aprendizagem Baseada em Resolução de Problemas (ABRP) visando encontrar solução para problemas relacionados com as temáticas em estudo, identificados pelos estudantes ou propostos pelo docente. É utilizado o software ERP PHC – Transportes e Logística, para suporte às atividades práticas de aplicação.

Autónomo:

M4. Pesquisa orientada proposta pelo docente visando consolidar as temáticas em estudo e fornecendo inputs para o trabalho prático desenvolvido pelos estudantes.

O docente dá feedback sobre o desenvolvimento do problema abordado na prática laboratorial (Orientação tutorial – OT), presencialmente em contexto de sala de aula, ou através da plataforma de apoio ao ensino/aprendizagem Moodle.

Complementarmente, os estudantes podem interagir com o tutor virtual Philix.ai integrado na plataforma LMS Moodle.

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

The methodology is articulated between the activities to be carried out at each stage (synchronous distance learning, face-to-face and autonomous by the students). The synchronous distance sessions are mainly aimed at the taxonomic levels associated with knowledge and understanding, operationalised through the presentation and exploration of the content, while the face-to-face sessions are aimed at deepening the content by providing application, analysis, reflection and synthesis in order to achieve the learning objectives for each topic.

Synchronous distance learning:

M1. Expository and interrogative methods: presentation and exploration of content. Complemented by participation in discussion forums and wikis on the proposed topics. These activities are eminently formative in nature and are subject to timely feedback from the lecturer.

Face-to-face:

M2. Practical application through exercises aimed at consolidating knowledge.

M3. Practical application based on the Problem-Based Learning (PBLE) methodology, aimed at finding solutions to problems related to the topics under study, identified by the students or proposed by the lecturer. ERP PHC - Transport and Logistics software is used to support practical application activities.

Autonomous:

M4. Guided research proposed by the lecturer aimed at consolidating the topics under study and providing input for the practical work carried out by the students.

The lecturer gives feedback on the development of the problem addressed in the laboratory practice (Tutorial Orientation - OT), in person in the classroom or via the Moodle teaching/learning support platform.

In addition, students can interact with the virtual tutor Philix.ai integrated into the LMS Moodle platform.

4.2.14. Avaliação (PT):

Avaliação Curricular (continua):

A1. Teste teórico/prático intermédio (individual). Teste escrito realizado sensivelmente a meio do percurso temporal da unidade curricular.
A2. Trabalho prático (grupo). Trata-se de um trabalho de aplicação com relatório escrito integrando as atividades/fases do trabalho prático. Este documento submetido na plataforma LMS Moodle e apresentado e discutido em sala de aula.

A3. Teste teórico/prático (individual). Teste escrito a realizar no final do semestre.

A classificação final é calculada através da fórmula $\text{Classificação Final} = A1 \times 0,3 + A2 \times 0,4 + A3 \times 0,3$.

O estudante é aprovado se obtiver classificação igual ou superior a 9,5 valores.

A classificação mínima na avaliação curricular (continua) é a seguinte:

- Teste teórico/prático intermédio (individual): 8 valores

- Trabalho prático (grupo): 10 valores

- Teste teórico/prático – no final do semestre (individual): 8 valores.

A avaliação dos trabalhos práticos em grupo, inclui a avaliação individual dos estudantes que terá uma ponderação de 40% na classificação do estudante nessa componente.

Avaliação Final ou em Época de Recurso ou Época Especial (A):

Hipótese 1:

A2. Trabalho prático (grupo). O estudante participou no trabalho de grupo e obteve classificação positiva na componente individual: mantém a nota que será considerada nestas épocas de avaliação.

A1. Teste teórico/prático (individual). O estudante realiza este Teste escrito em qualquer das épocas em que se submeta a avaliação.

A classificação final é calculada através da seguinte fórmula: $A1 \times 0,6 + A2 \times 0,4$.

Hipótese 2:

O estudante não participou no trabalho de grupo ou participando obteve classificação negativa na componente de avaliação individual.

Avaliação Final, Avaliação em Época de Recurso/Especial (A): O estudante realiza o exame teórico-prático escrito ($A=100\%$) e é aprovado se obtiver uma classificação igual ou superior a 9,5 valores em 20.

4.2.14. Avaliação (EN):

Curricular assessment (continuous):

A1. Intermediate theoretical/practical test (individual). Written test taken approximately halfway through the course.

A2. Practical work (group). This is a piece of application work with a written report integrating the activities/phases of the practical work. This document is submitted on the LMS Moodle platform and presented and discussed in class.

A3. Theoretical/practical test (individual). Written test to be taken at the end of the semester.

The final grade is calculated using the formula $\text{Final Grade} = A1 \times 0,3 + A2 \times 0,4 + A3 \times 0,3$.

Students pass if they obtain a mark of 9.5 or more.

The minimum classification in the curricular assessment (continuous) is as follows:

- Intermediate theoretical/practical test (individual): 8 marks

- Practical work (group): 10 marks

- Theoretical/practical test - at the end of the semester (individual): 8 marks.

The assessment of group practical work includes the individual assessment of students, which will have a weighting of 40 per cent in the student's classification in this component.

Final assessment or in the Appeal Period or Special Period (A):

Hypothesis 1:

A2. Practical work (group). The student took part in the group work and obtained a positive mark in the individual component: he/she keeps the mark that will be taken into account in these assessment periods.

A1. Theoretical/practical test (individual). The student takes this written test in any of the assessment periods.

The final mark is calculated using the following formula: $A1 \times 0,6 + A2 \times 0,4$.

Hypothesis 2:

The student has not taken part in the group work or has obtained a negative mark in the individual assessment component.

Final Assessment, Assessment in Appeal/Special Season (A): The student takes the written theoretical-practical exam ($A=100\%$) and passes if they obtain a mark equal to or greater than 9.5 out of 20.

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

A coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da Unidade curricular é demonstrada através das seguintes relações:

O1. Apresentar os principais conceitos associados à gestão da distribuição e da logística. [M1] – [A1] ou [A]

O2. Perspetivar a gestão da distribuição e da logística, como componentes da estratégia de marketing empresarial. [M1, M2, M3, M4] – [A1, A2, A3] ou [A]

O3. Identificar as estratégias para gerir a cadeia de abastecimento. [M1] – [A1, A3] ou [A]

O4. Identificar sistemas de armazenamento e equipamentos de movimento de materiais. [M1, M2] – [A1, A3] ou [A]

O5. Apresentar e discutir os métodos de previsão. [M1, M2] – [A1, A3] ou [A]

O6. Apresentar os conceitos, métodos e técnicas para gestão de frotas. [M1, M2, M3] – [A1, A2, A3] ou [A]

O7. Aplicar os conhecimentos a situações concretas, de um modo eficaz e eficiente. [M1, M2, M3, M4] – [A1, A2, A3] ou [A]

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

The consistency of the teaching and assessment methodologies with the learning objectives of the curricular unit is demonstrated through the following relationships:

O1. Present the main concepts associated with distribution and logistics management. [M1] - [A1] or [A]

O2. Understand distribution and logistics management as a component of corporate marketing strategy. [M1, M2, M3, M4] - [A1, A2, A3] or [A]

O3. Identify the strategies for managing the supply chain. [M1] - [A1, A3] or [A]

O4. Identify storage systems and material handling equipment. [M1, M2] - [A1, A3] or [A]

O5. Present and discuss forecasting methods. [M1, M2] - [A1, A3] or [A]

O6. Present the concepts, methods and techniques for fleet management. [M1, M2, M3] - [A1, A2, A3] or [A]

O7. Apply knowledge to concrete situations effectively and efficiently. [M1, M2, M3, M4] - [A1, A2, A3] or [A]

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

Baisya, R. (2024). Supply Chain and Logistics Management, An Integrated Approach. Routledge.

Bowersox, D., Closs, D., Cooper, M. B. (2024). Supply Chain Logistics Management, 6th Edition. McGraw Hill.

Rushton, A.; Croucher, P.; Baker, P. (2022). The Handbook of Logistics and Distribution Management, Understanding the Supply Chain. KoganPage.

Salgado, T. T. (2023). Logística, Práticas, Técnicas e Processos de Melhorias. Editora Senac

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

Baisya, R. (2024). Supply Chain and Logistics Management, An Integrated Approach. Routledge.

Bowersox, D., Closs, D., Cooper, M. B. (2024). Supply Chain Logistics Management, 6th Edition. McGraw Hill.

Rushton, A.; Croucher, P.; Baker, P. (2022). The Handbook of Logistics and Distribution Management, Understanding the Supply Chain. KoganPage.

Salgado, T. T. (2023). Logística, Práticas, Técnicas e Processos de Melhorias. Editora Senac

4.2.17. Observações (PT):

Recursos específicos:

- Moodle: <https://moodle.ensinulusofona.pt/>

- Plataforma Teams.

- Internet, Biblioteca, bases de dados científicas.

- Software ERP PHC – Transportes e Logística.

4.2.17. Observações (EN):

Specific resources:

- Moodle: <https://moodle.ensinulusofona.pt/>

- Teams platform.

- Internet, library, scientific databases

- PHC ERP Software - Transportation and Logistics.

Mapa III - Marketing de Serviços**4.2.1. Designação da unidade curricular (PT):**

Marketing de Serviços

4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):

Services Marketing

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

MKT

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

MKT

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):***125.0***4.2.5. Horas de contacto:***Presencial (P) - TP-21.0; PL-12.0; OT-1.0**Síncrona a distância (SD) - TP-9.0; OT-2.0***4.2.6. % Horas de contacto a distância:***24.44%***4.2.7. Créditos ECTS:***5.0***4.2.8. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular:***• Rui Manuel Robalo Frade - 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):***Esta unidade curricular tem os seguintes objetivos de aprendizagem:*

- O1. Compreender os fundamentos do marketing de serviços no século XXI.*
- O2. Criar campanhas de marketing direcionadas para serviços.*
- O3. Analisar criticamente as tendências tecnológicas e comportamentais.*
- O4. Avaliar e mensurar resultados em campanhas de marketing de serviços.*
- O5. Conceptualizar uma estratégia criativa e inovadora no setor de serviços.*
- O6. Analisar casos reais de sucesso e fracasso no marketing de serviços.*
- O7. Aplicar conceitos de experiência do cliente (CX), fidelização e qualidade em serviços.*
- O8. Compreender o impacto de plataformas digitais, redes sociais e big data no marketing de serviços.*
- O9. Elaborar estratégias inovadoras para o setor de serviços utilizando ferramentas de marketing.*

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 has the following learning objectives:*

- O1. Understand the fundamentals of services marketing in the 21st century.*
- O2. Create marketing campaigns aimed at services.*
- O3. Critically analyse technological and behavioural trends.*
- O4. Evaluate and measure results in services marketing campaigns.*
- O5. Conceptualise a creative and innovative strategy in the services sector.*
- O6. Analyse real cases of success and failure in services marketing.*
- O7. Apply concepts of customer experience (CX), loyalty and quality in services.*
- O8. Understand the impact of digital platforms, social networks and big data on services marketing.*
- O9. Develop innovative strategies for the services sector using marketing tools.*

4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):

- 1. Introdução ao Marketing de Serviços: Conceitos e definições. Diferenças entre marketing de produtos e serviços. Os 7Ps do marketing de serviços.*
- 2. Experiência do Cliente e Qualidade em Serviços: Experiência do cliente (CX) e jornada do cliente. Qualidade em serviços.*
- 3. Marketing Digital Aplicado a Serviços: Redes sociais e influenciadores no setor de serviços. SEO, SEM e marketing de conteúdo para serviços. Plataformas digitais e automação no marketing de serviços.*
- 4. Tendências e Inovação no Marketing de Serviços: Inteligência artificial e serviços baseados em dados. Economia de experiência: serviços centrados no cliente. Modelos sustentáveis e responsáveis no setor de serviços.*
- 5. A avaliação e gestão da qualidade em serviços: Gestão de reclamações e recuperação de serviço.*

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):

1. *Introduction to Services Marketing: Concepts and definitions. Differences between product and service marketing. The 7Ps of services marketing.*
2. *Customer Experience and Quality in Services: Customer experience (CX) and customer journey. Quality in services.*
3. *Digital Marketing Applied to Services: Social networks and influencers in the services sector. SEO, SEM and content marketing for services. Digital platforms and automation in services marketing.*
4. *Trends and Innovation in Services Marketing: Artificial intelligence and data-based services. Experience economy: customer-centred services. Sustainable and responsible models in the service sector.*
5. *Quality assessment and management in services: Complaints management and service recovery.*

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

Os conteúdos programáticos estão em estreita ligação com os objetivos conforme se mostra na correspondência.

1. *Introdução ao Marketing de Serviços. [O1; O6]*
2. *Experiência do Cliente e Qualidade em Serviços. [O3; O7; O8]*
3. *Marketing Digital Aplicado a Serviços. [O1; O2; O3; O4; O5; O6; O7; O8; O9]*
4. *Tendências e Inovação no Marketing de Serviços. [O2; O6; O7; O8; O9]*
5. *A avaliação e gestão da qualidade em serviços: Gestão de reclamações e recuperação de serviço. [O2; O3; O4; O6; O7; O8; O9]*

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

The programme contents are closely linked to the objectives as shown in the correspondence.

1. *Introduction to Services Marketing. [O1; O6]*
2. *Customer Experience and Quality in Services. [O3; O7; O8]*
3. *Digital Marketing Applied to Services. [O1; O2; O3; O4; O5; O6; O7; O8; O9]*
4. *Trends and Innovation in Services Marketing. [O2; O6; O7; O8; O9]*
5. *Quality assessment and management in services: Complaints management and service recovery. [O2; O3; O4; O6; O7; O8; O9]*

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

A metodologia articula-se entre as atividades a desenvolver em cada um dos momentos (síncrono a distância, presencial e autónomo pelos estudantes). As sessões síncronas a distância visam, sobretudo, os níveis taxonómicos associados ao conhecimento e à compreensão operacionalizadas através da apresentação e exploração dos conteúdos, enquanto as sessões presenciais visam o aprofundamento dos conteúdos proporcionando a aplicação, análise, reflexão e síntese de modo a atingir os objetivos de aprendizagem de cada um dos tópicos.

Síncrono a distância:

M1. Apresentação e discussão dos conteúdos da unidade curricular recorrendo aos métodos expositivo e interrogativo. Discussão de casos reais apresentados pelo docente ou propostos pelos estudantes. Esta discussão será realizada oralmente durante as sessões e será complementada pela participação em fóruns de discussão e wikis propostos na plataforma LMS Moodle.

Presencial:

M2. Aplicação prática através da realização de exercícios de aplicação.

M3. Prática baseada na metodologia de análise de casos em contexto de sala de aula. Esta prática será complementada pela técnica de aula invertida através da qual o docente disponibiliza previamente pequenos vídeos e/ou documentos que suportarão a prática em sala de aula.

Autónoma:

M4. Leitura da bibliografia recomendada. Discussão/Resolução de casos práticos que não tenha resolvido durante as aulas práticas e outros propostos pelo docente.

Todos os elementos de apoio pedagógico, são disponibilizados através da plataforma Moodle.

O docente dá feedback (Orientação Tutorial – OT) sobre os resultados obtidos pelo estudante na resolução dos problemas propostos, presencialmente em contexto de sala de aula ou a distância em modo assíncrono através da plataforma Moodle.

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

The methodology is articulated between the activities to be carried out at each stage (synchronous distance learning, face-to-face and autonomous by the students). The synchronous distance sessions are mainly aimed at the taxonomic levels associated with knowledge and understanding, operationalised through the presentation and exploration of the content, while the face-to-face sessions are aimed at deepening the content by providing application, analysis, reflection and synthesis in order to achieve the learning objectives for each topic.

Synchronous distance learning:

M1. Presentation and discussion of the contents of the course using expository and interrogative methods. Discussion of real cases presented by the lecturer or proposed by the students. This discussion will be carried out orally during the sessions and will be complemented by participation in discussion forums and wikis proposed on the LMS Moodle platform.

Face-to-face:

M2. Practical application through the realisation of application exercises.

M3 Practice based on the methodology of analysing cases in a classroom context. This practice will be complemented by the flipped classroom technique through which the lecturer provides short videos and/or documents in advance that will support the classroom practice.

Autonomous:

M4. Reading the recommended bibliography. Discussion/resolution of practical cases not solved during practical lessons and others proposed by the teacher.

All pedagogical support elements are made available via the Moodle platform.

The teacher gives feedback (Tutorial Guidance - OT) on the results obtained by the student in solving the proposed problems, in person in the classroom or remotely in asynchronous mode via the Moodle platform.

4.2.14. Avaliação (PT):

Avaliação Curricular (contínua):

Esta modalidade de avaliação é constituída por:

A1. Portfólio de trabalhos/exercícios de aula (individual). Estes exercícios serão o resultado da aplicação da metodologia M2.

A2. Trabalho prático (grupo). Este trabalho de grupo será escrito e submetido na plataforma LMS Moodle e apresentado e discutido em sala.

A3. Teste final teórico/prático (individual). Consiste num teste escrito realizado no final do semestre.

A classificação final é calculada através da fórmula Classificação Final = $0,2 \cdot A1 + 0,4 \cdot A2 + 0,4 \cdot A3$.

O estudante é aprovado se obtiver classificação igual ou superior a 9,5 valores.

A classificação mínima na avaliação curricular (continua) é a seguinte:

- Portfólio de trabalhos/exercícios de aula (individual): 10 valores

- Trabalho prático (grupo): 10 valores

- Teste teórico/prático – no final do semestre (individual): 8 valores.

A avaliação dos trabalhos práticos em grupo, inclui a avaliação individual dos estudantes que terá uma ponderação de 40% na classificação do estudante nessa componente.

Avaliação Final ou em Época de Recurso ou Época Especial (A):

Hipótese 1:

A1. Portfólio de trabalhos/exercícios de aula (individual). O estudante realizou os exercícios e obteve nota positiva: mantém a nota que será considerada nestas épocas de avaliação.

A2. Trabalho prático (grupo). O estudante participou no trabalho de grupo e obteve classificação positiva na componente individual: mantém a nota que será considerada nestas épocas de avaliação.

A3. Teste teórico/prático (individual). O estudante realiza este Teste escrito em qualquer das épocas em que se submeta a avaliação.

A classificação final é calculada através da fórmula utilizada na avaliação curricular (continua).

Hipótese 2:

O estudante não realizou os trabalhos/exercícios de aula e/ou não participou no trabalho de grupo ou participando obteve classificação negativa na componente de avaliação individual.

Avaliação Final, Avaliação em Época de Recurso/Especial (A): O estudante realiza o exame teórico-prático escrito (A=100%) e é aprovado se obtiver uma classificação igual ou superior a 9,5 valores em 20.

4.2.14. Avaliação (EN):

Curricular assessment (continuous):

This assessment modality consists of:

A1. Portfolio of class work/exercises (individual). These exercises will be the result of applying the M2 methodology.

A2. Practical work (group). This group work will be written and submitted on the LMS Moodle platform and presented and discussed in class.

A3. Final theoretical/practical test (individual). This consists of a written test at the end of the semester.

The final grade is calculated using the formula $\text{Final Grade} = 0.2 \cdot A1 + 0.4 \cdot A2 + 0.4 \cdot A3$.

Students pass if they obtain a mark of 9.5 or more.

The minimum classification in the curricular assessment (continuous) is as follows:

- Portfolio of class work/exercises (individual): 10 marks

- Practical work (group): 10 marks

- Theoretical/practical test - at the end of the semester (individual): 8 marks.

The assessment of group practical work includes the individual assessment of students, which will have a weighting of 40 per cent in the student's classification in this component.

Final assessment or in the Appeal Period or Special Period (A):

Hypothesis 1:

A1. Portfolio of class work/exercises (individual). The student has carried out the exercises and obtained a positive mark: they keep the mark that will be taken into account in these assessment periods.

A2. Practical work (group). The student took part in the group work and obtained a positive mark in the individual component: the mark that will be taken into account in these assessment periods is maintained.

A3. Theoretical/practical test (individual). The student takes this written test in any of the assessment periods.

The final mark is calculated using the formula used in the curricular assessment (continuous).

Hypothesis 2:

The student has not done the class work/exercises and/or has not taken part in the group work or has obtained a negative mark in the individual assessment component.

Final Assessment, Assessment in Appeal/Special Season (A): The student takes the written theoretical-practical exam (A=100%) and is approved if they obtain a mark equal to or greater than 9.5 out of 20.

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

A coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da Unidade curricular é demonstrada através das seguintes relações:

O1. Compreender os fundamentos do marketing de serviços no século XXI. [M1] – [A1] ou [A]

O2. Criar campanhas de marketing direcionadas para serviços. [M1, M2, M3, M4] – [A1, A2, A3] ou [A]

O3. Analisar criticamente as tendências tecnológicas e comportamentais. [M1, M2, M3, M4] – [A1, A2, A3] ou [A]

O4. Avaliar e mensurar resultados em campanhas de marketing de serviços. [M1, M2, M3, M4] – [A1, A2, A3] ou [A]

O5. Conceptualizar uma estratégia criativa e inovadora no setor de serviços. [M1, M2, M3, M4] – [A1, A2, A3] ou [A]

O6. Analisar casos reais de sucesso e fracasso no marketing de serviços. [M1, M2, M3, M4] – [A1, A2, A3] ou [A]

O7. Aplicar conceitos de experiência do cliente (CX), fidelização e qualidade em serviços. [M1, M2, M3, M4] – [A1, A2, A3] ou [A]

O8. Compreender o impacto de plataformas digitais, redes sociais e big data no marketing de serviços. [M1, M2, M3, M4] – [A1, A2, A3] ou [A]

O9. Elaborar estratégias inovadoras para o setor de serviços utilizando ferramentas de marketing. [M1, M2, M3, M4] – [A1, A2, A3] ou [A]

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

The consistency of the teaching and assessment methodologies with the learning objectives of the curricular unit is demonstrated through the following relationships:

O1. Understand the fundamentals of services marketing in the 21st century. [M1] - [A1] or [A]

O2. Create targeted marketing campaigns for services. [M1, M2, M3, M4] - [A1, A2, A3] or [A]

O3. Critically analyze technological and behavioral trends. [M1, M2, M3, M4] - [A1, A2, A3] or [A]

O4. Evaluate and measure results in service marketing campaigns. [M1, M2, M3, M4] - [A1, A2, A3] or [A]

O5. Conceptualize a creative and innovative strategy in the service sector. [M1, M2, M3, M4] - [A1, A2, A3] or [A]

O6. Analyze real cases of success and failure in services marketing. [M1, M2, M3, M4] - [A1, A2, A3] or [A]

O7. Apply concepts of customer experience (CX), loyalty and quality in services. [M1, M2, M3, M4] - [A1, A2, A3] or [A]

O8. Understand the impact of digital platforms, social networks and big data on services marketing. [M1, M2, M3, M4] - [A1, A2, A3] or [A]

O9. Develop innovative strategies for the service sector using marketing tools. [M1, M2, M3, M4] - [A1, A2, A3] or [A]

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

Hoffman, K. D. & Bateson, J. E. G. (2023). *Services Marketing: Concepts, Strategies, & Cases* (6th Edition). Cengage.

Lovelock, C., & Wirtz, J. (2021). *Services Marketing: People, Technology, Strategy* (9th ed.). Pearson.

Wirtz, J., & Lovelock, C. (2021). *Services marketing: People, technology, strategy*. World Scientific.

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., Gremler, D. D., & Pandit, A. (2024). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (8th ed.). McGraw-Hill.

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

Hoffman, K. D. & Bateson, J. E. G. (2023). *Services Marketing: Concepts, Strategies, & Cases (6th Edition)*. Cengage.
Lovelock, C., & Wirtz, J. (2021). *Services Marketing: People, Technology, Strategy (9th ed.)*. Pearson.
Wirtz, J., & Lovelock, C. (2021). *Services marketing: People, technology, strategy*. World Scientific.
Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., Gremler, D. D., & Pandit, A. (2024). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm (8th ed.)*. McGraw-Hill.

4.2.17. Observações (PT):

Recursos específicos:

- Moodle: <https://moodle.ensinulusofona.pt/>
- Plataforma Teams.
- Internet, Biblioteca, bases de dados científicas.
- Laboratório informático com ligação à internet e vídeo projetor.
- Software Office 365 e/ou Google Suite.

4.2.17. Observações (EN):

Specific resources:

- Moodle: <https://moodle.ensinulusofona.pt/>
- Teams platform.
- Internet, library, scientific databases.
- Computer lab with internet connection and video projector.
- Office 365 and/or Google Suite software.

Mapa III - Marketing Digital**4.2.1. Designação da unidade curricular (PT):**

Marketing Digital

4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):

Digital Marketing

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

MKT

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

MKT

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):

125.0

4.2.5. Horas de contacto:

Presencial (P) - TP-18.0; PL-15.0; OT-1.0
Síncrona a distância (SD) - TP-9.0; OT-2.0

4.2.6. % Horas de contacto a distância:

24.44%

4.2.7. Créditos ECTS:

5.0

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

- João Paulo Résio Farinha - 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):

Esta unidade curricular tem os seguintes objetivos de aprendizagem:

- O1. Compreender os fundamentos do marketing digital, incluindo os seus princípios, conceitos-chave e modelos teóricos.
- O2. Analisar o ambiente digital e as tendências do mercado, identificando oportunidades e ameaças para as organizações.
- O3. Explorar as diferentes ferramentas e plataformas digitais disponíveis para implementação de estratégias de marketing digital.
- O4. Avaliar a eficácia das estratégias de marketing digital através de métricas e indicadores de desempenho relevantes.
- O5. Dominar as ferramentas e plataformas digitais no marketing digital.
- O6. Dominar as métricas e indicadores de desempenho no marketing digital.
- O7. Desenvolver e implementar planos de marketing digital adaptados ao contexto.

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 has the following learning objectives:

- O1. Understand the fundamentals of digital marketing, including its principles, key concepts and theoretical models.
- O2. Analysing the digital environment and market trends, identifying opportunities and threats for organizations.
- O3. Explore the different digital tools and platforms available for implementing digital marketing strategies.
- O4. Evaluate the effectiveness of digital marketing strategies through relevant metrics and performance indicators.
- O5. Master digital tools and platforms in digital marketing.
- O6. Master metrics and performance indicators in digital marketing.
- O7. Develop and implement digital marketing plans adapted to the context.

4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):

1. Enquadramento do Marketing Digital.
2. Estratégia em Marketing Digital.
3. Métricas e Análises de Marketing Digital.
4. Social Média Marketing e Marketing automático e de Conteúdo.
5. Publicidade Online e SEO (Search Engine Optimization)
6. Plano de marketing digital: Conceção; Implementação; Monitorização; Avaliação.

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):

1. Framing digital marketing.
2. Digital Marketing Strategy.
3. Digital Marketing Metrics and Analysis.
4. Social Media Marketing and Automatic and Content Marketing.
5. Online Advertising and SEO (Search Engine Optimization)
6. Digital marketing plan: Design; Implementation; Monitoring; Evaluation.

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

Os conteúdos programáticos estão em estreita ligação com os objetivos conforme se mostra na correspondência.

1. Enquadramento do Marketing Digital. [O1, O2]
2. Estratégia em Marketing Digital. [O1, O2, O3]
3. Métricas e Análises de Marketing Digital. [O1, O2, O3, O4]
4. Social Média Marketing e Marketing Automático e de Conteúdo. [O3, O5, O6, O7]
5. Publicidade Online e SEO (Search Engine Optimization). [O3, O5, O6, O7]
6. Plano de marketing digital: Conceção. Implementação. Monitorização. Avaliação. [O3, O4, O7]

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

The syllabus is closely linked to the objectives, as shown in the correspondence.

1. digital marketing framework [O1, O2]
2. Digital Marketing Strategy. [O1, O2, O3]
3. Digital Marketing Metrics and Analysis. [O1, O2, O3, O4]
4. Social Media Marketing and Automatic and Content Marketing. [O3, O5, O6, O7]
5. Online Advertising and SEO (Search Engine Optimization). [O3, O5, O6, O7]
6. Digital marketing plan: Design. Implementation. Monitoring. Evaluation. [O3, O4, O7]

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

A metodologia articula-se entre as atividades a desenvolver em cada um dos momentos (síncrono a distância, presencial e autónomo pelos estudantes). As sessões síncronas a distância visam, sobretudo, os níveis taxonómicos associados ao conhecimento e à compreensão operacionalizadas através da apresentação e exploração dos conteúdos, enquanto as sessões presenciais visam o aprofundamento dos conteúdos proporcionando a aplicação, análise, reflexão e síntese de modo a atingir os objetivos de aprendizagem propostos.

Síncrono a distância:

M1. Métodos expositivo e interrogativo: apresentação e exploração dos conteúdos. Com o complemento de propostas de discussão (oral ou através de fóruns no Moodle) de casos concretos visando a consolidação dos conhecimentos adquiridos.

Presencial:

M2. Aplicação prática através de exercícios orientados para a consolidação dos conhecimentos. Estes exercícios visam assegurar o reforço das aprendizagens que serão aprofundadas através da metodologia prevista em M3.

M3. Prática baseada na metodologia Aprendizagem Baseada em Resolução de Problemas (ABRP) visando encontrar solução para problemas identificados pelos estudantes ou propostos pelo docente, nomeadamente para a criação de planos de marketing digital utilizando as técnicas e o suporte de ferramentas adequadas, nomeadamente Google Analytics e a plataforma RD Station (ver ponto 4.2.17).

Autónomo:

M4. Pesquisa orientada proposta pelo docente visando consolidar as temáticas em estudo e fornecendo inputs para o trabalho prático desenvolvido pelos estudantes.

O docente dá feedback sobre o desenvolvimento do problema abordado na prática laboratorial (Orientação tutorial – OT), presencialmente em contexto de sala de aula, ou através da plataforma de apoio ao ensino/aprendizagem Moodle.

Complementarmente, os estudantes podem interagir com o tutor virtual Philix.ai integrado na plataforma LMS Moodle.

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

The methodology is articulated between the activities to be carried out at each stage (synchronous distance learning, face-to-face and autonomous by the students). The synchronous distance sessions are mainly aimed at the taxonomic levels associated with knowledge and understanding, operationalised through the presentation and exploration of content, while the face-to-face sessions are aimed at deepening the content by providing application, analysis, reflection and synthesis in order to achieve the proposed learning objectives.

Synchronous distance learning:

M1. Expository and interrogative methods: presentation and exploration of content. Complemented by proposals for discussion (orally or via Moodle forums) of specific cases aimed at consolidating the knowledge acquired.

Face-to-face:

M2. Practical application through exercises aimed at consolidating knowledge. These exercises are aimed at reinforcing the learning that will be further developed through the methodology set out in M3.

M3. Practical work based on the Problem-Based Learning (PLL) methodology, aimed at finding solutions to problems identified by the students or proposed by the lecturer, namely the creation of digital marketing plans using the techniques and support of appropriate tools, namely Google Analytics and the RD Station platform (see point 4.2.17).

Autonomous:

M4. Guided research proposed by the lecturer aimed at consolidating the themes under study and providing input for the practical work carried out by the students.

The teacher gives feedback on the development of the problem addressed in the laboratory practice (Tutorial Orientation - OT), in person in the classroom or via the Moodle teaching/learning support platform.

In addition, students can interact with the virtual tutor Philix.ai integrated into the LMS Moodle platform.

4.2.14. Avaliação (PT):

Avaliação Curricular (contínua):

A1. Trabalho prático (grupo). Consiste num trabalho com uma componente de aplicação e um relatório escrito. O trabalho é submetido na plataforma LMS Moodle.

A2. Teste teórico/prático (individual). Teste escrito a realizar no final do semestre.

A classificação final é calculada através da fórmula $\text{Classificação Final} = A1 \cdot 0,5 + A2 \cdot 0,5$.

O estudante é aprovado se obtiver classificação igual ou superior a 9,5 valores.

A classificação mínima na avaliação curricular (contínua) é a seguinte:

- Trabalho prático (grupo): 10 valores

- Teste teórico/prático – no final do semestre (individual): 8 valores.

A avaliação dos trabalhos práticos em grupo, inclui a avaliação individual dos estudantes que terá uma ponderação de 40% na classificação do estudante nessa componente.

Avaliação Final ou em Época de Recurso ou Época Especial (A):

Hipótese 1:

A1. Trabalho prático (grupo). O estudante participou no trabalho de grupo e obteve classificação positiva na componente individual: mantém a nota que será considerada nestas épocas de avaliação.

A2. Teste teórico/prático (individual). O estudante realiza este Teste escrito em qualquer das épocas em que se submeta a avaliação.

A classificação final é calculada através da seguinte fórmula: $A1 \cdot 0,5 + A2 \cdot 0,5$.

Hipótese 2:

O estudante não participou no trabalho de grupo ou participando obteve classificação negativa na componente de avaliação individual.

Avaliação Final, Avaliação em Época de Recurso/Especial (A): O estudante realiza o exame teórico-prático escrito ($A=100\%$) e é aprovado se obtiver uma classificação igual ou superior a 9,5 valores em 20.

4.2.14. Avaliação (EN):

Curricular assessment (continuous):

A1. Practical work (group). This consists of an assignment with an application component and a written report. The work is submitted on the LMS Moodle platform.

A2. Theoretical/practical test (individual). Written test to be taken at the end of the semester.

The final grade is calculated using the formula $\text{Final Grade} = A1 \cdot 0.5 + A2 \cdot 0.5$.

Students pass if they obtain a mark of 9.5 or more.

The minimum mark in the curricular assessment (continuous) is as follows:

- Practical work (group): 10 marks

- Theoretical/practical test - at the end of the semester (individual): 8 marks.

The assessment of group practical work includes individual student assessment, which will have a weighting of 40 per cent in the student's classification in this component.

Final assessment or in the Appeal Period or Special Period (A):

Hypothesis 1:

A1. Practical work (group). The student took part in the group work and obtained a positive mark in the individual component: he/she keeps the mark that will be taken into account in these assessment periods.

A2. Theoretical/practical test (individual). The student takes this written test in any of the assessment periods.

The final grade is calculated using the following formula: $A1 \cdot 0.5 + A2 \cdot 0.5$.

Hypothesis 2:

The student has not taken part in the group work or has obtained a negative mark in the individual assessment component.

Final Assessment, Assessment in Appeal/Special Season (A): The student takes the written theoretical-practical exam ($A=100\%$) and passes if they obtain a mark equal to or greater than 9.5 out of 20.

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

A coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da Unidade curricular é demonstrada através das seguintes relações:

O1. Compreender os fundamentos do marketing digital, incluindo os seus princípios, conceitos-chave e modelos teóricos. [M1, M2] – [A1] ou [A]

O2. Analisar o ambiente digital e as tendências do mercado, identificando oportunidades e ameaças para as organizações. [M1, M2] – [A1] ou [A]

O3. Explorar as diferentes ferramentas e plataformas digitais disponíveis para implementação de estratégias de marketing digital. [M1, M2] – [A1] ou [A]

O4. Avaliar a eficácia das estratégias de marketing digital através de métricas e indicadores de desempenho relevantes. [M1, M2] – [A1] ou [A]

O5. Dominar as ferramentas e plataformas digitais no marketing digital. [M1, M2, M3, M4] – [A1, A2] ou [A]

O6. Dominar as métricas e indicadores de desempenho no marketing digital. [M1, M2, M3, M4] – [A1, A2] ou [A]

O7. Desenvolver e implementar planos de marketing digital adaptados ao contexto. [M1, M2, M3, M4] – [A1, A2] ou [A]

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

The consistency of the teaching and assessment methodologies with the learning objectives of the curricular unit is demonstrated through the following relationships:

- O1. Understand the fundamentals of digital marketing, including its principles, key concepts and theoretical models. [M1, M2] - [A1] or [A]*
- O2. Analyse the digital environment and market trends, identifying opportunities and threats for organizations. [M1, M2] - [A1] or [A]*
- O3. Explore the different digital tools and platforms available for implementing digital marketing strategies. [M1, M2] - [A1] or [A]*
- O4. Evaluate the effectiveness of digital marketing strategies using relevant metrics and performance indicators. [M1, M2] - [A1] or [A]*
- O5. Master digital tools and platforms in digital marketing. [M1, M2, M3, M4] - [A1, A2] or [A]*
- O6. Master metrics and performance indicators in digital marketing. [M1, M2, M3, M4] - [A1, A2] or [A]*
- O7. Develop and implement digital marketing plans adapted to the context. [M1, M2, M3, M4] - [A1, A2] or [A]*

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

- Gouveia, M. (2022). *Marketing Digital - o guia completo. Ideias de Ler.*
- Hollensen, S.; Opresnik, M. & Kotler, P. (2023). *Social Media Marketing.* Editor: Lidel.
- Kingsnorth, S. (2022). *Digital marketing strategy: an integrated approach to online marketing.* Kogan Page Publishers.
- Marques, V. (2022). *Marketing Digital de A a Z, Guia essencial de marketing digital (4ª Edição revista e atualizada).* Editor: Digital 360.

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

- Gouveia, M. (2022). *Marketing Digital - o guia completo. Ideias de Ler.*
- Hollensen, S.; Opresnik, M. & Kotler, P. (2023). *Social Media Marketing.* Editor: Lidel.
- Kingsnorth, S. (2022). *Digital marketing strategy: an integrated approach to online marketing.* Kogan Page Publishers.
- Marques, V. (2022). *Marketing Digital de A a Z, Guia essencial de marketing digital (4ª Edição revista e atualizada).* Editor: Digital 360.

4.2.17. Observações (PT):

Recursos específicos:

- Moodle: <https://moodle.ensinulusofona.pt/>*
- Plataforma Teams.*
- Internet, Biblioteca, bases de dados científicas.*
- Laboratórios informáticos com ligação à internet e vídeo projetor.*
- Google Analytics (ferramenta para recolha de dados de websites para criar relatórios de desempenho)*
- Plataforma RD Station. (ferramenta de automação de marketing digital)*

4.2.17. Observações (EN):

Specific resources:

- Moodle: <https://moodle.ensinulusofona.pt/>*
- Teams platform.*
- Internet, Library, scientific databases.*
- Computer labs with internet connection and video projector.*
- Google Analytics (tool for collecting data from websites to create performance reports)*
- RD Station platform (digital marketing automation tool)*

Mapa III - Marketing Estratégico**4.2.1. Designação da unidade curricular (PT):**

Marketing Estratégico

4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):

Strategic Marketing

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

MKT

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (EN):*MKT***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):***125.0***4.2.5. Horas de contacto:***Presencial (P) - TP-21.0; PL-12.0; OT-1.0**Síncrona a distância (SD) - TP-9.0; OT-2.0***4.2.6. % Horas de contacto a distância:***24.44%***4.2.7. Créditos ECTS:***5.0***4.2.8. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular:**

- *Ana Filipa Vieira Lopes Joaquim - 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):***Esta unidade curricular tem os seguintes objetivos de aprendizagem:*

- O1. Compreender o conceito de marketing estratégico e a sua importância na orientação para o mercado e na criação de valor sustentável.*
- O2. Analisar o alinhamento entre o planeamento estratégico e o processo de marketing.*
- O3. Avaliar a envolvente contextual e transacional de marketing, identificando tendências, oportunidades e desafios do ambiente competitivo.*
- O4. Interpretar o comportamento do consumidor e os fatores que influenciam a decisão de compra, aplicando princípios de segmentação e posicionamento estratégico.*
- O5. Explorar a inovação e o desenvolvimento de novos produtos, aplicando abordagens estratégicas para a diferenciação e vantagem competitiva.*
- O6. Desenvolver uma estratégia de marketing incluindo as principais etapas e conteúdos.*

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 has the following learning objectives:*

- O1. Understand the concept of strategic marketing and its importance in market orientation and the creation of sustainable value.*
- O2. Analyse the alignment between strategic planning and the marketing process.*
- O3. Evaluate the contextual and transactional marketing environment, identifying trends, opportunities and challenges in the competitive environment.*
- O4. Interpret consumer behaviour and the factors that influence purchasing decisions, applying the principles of segmentation and strategic positioning.*
- O5. Explore innovation and new product development, applying strategic approaches to differentiation and competitive advantage.*
- O6. Develop a marketing strategy including the main stages and contents.*

4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):

1. Fundamentos do Marketing Estratégico: O conceito de marketing e a estratégia orientada para o mercado.
2. Planeamento Estratégico e Marketing: Alinhamento entre o planeamento estratégico e o processo de marketing.
3. Análise do Ambiente Externo: Envolvente contextual e transacional, tendências e oportunidades.
4. Comportamento do Consumidor e Estratégia de Marketing: Segmentação, posicionamento e insights para a tomada de decisão.
5. Desenvolvimento da Proposta de Valor: Definição estratégica do mix de marketing (produto, preço, distribuição, comunicação, pessoas, processos e evidência física).
6. Inovação e Desenvolvimento de Novos Produtos: Estratégias para a criação e gestão da inovação em marketing.

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):

1. Fundamentals of Strategic Marketing: The marketing concept and market-orientated strategy.
2. Strategic Planning and Marketing: Alignment between strategic planning and the marketing process.
3. Analysing the External Environment: Contextual and transactional environment, trends and opportunities.
4. Consumer Behaviour and Marketing Strategy: Segmentation, positioning and insights for decision-making.
5. Developing the Value Proposition: Strategic definition of the marketing mix (product, price, distribution, communication, people, processes and physical evidence).
6. Innovation and New Product Development: Strategies for creating and managing innovation in marketing.

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

A coerência é revelada pela correspondência de cada objetivo de aprendizagem (OA) aos respetivos conteúdos programáticos (CP) e explicita-se da seguinte forma:

1. Fundamentos do Marketing Estratégico: O conceito de marketing e a estratégia orientada para o mercado. [O1, O6]
2. Planeamento Estratégico e Marketing: Alinhamento entre o planeamento estratégico e o processo de marketing. [O2, O6]
3. Análise do Ambiente Externo: Envolvente contextual e transacional, tendências e oportunidades. [O3, O6]
4. Comportamento do Consumidor e Estratégia de Marketing: Segmentação, posicionamento e insights para a tomada de decisão. [O4, O6]
5. Desenvolvimento da Proposta de Valor: Definição estratégica do mix de marketing (produto, preço, distribuição, comunicação, pessoas, processos e evidência física). [O6]
6. Inovação e Desenvolvimento de Novos Produtos: Estratégias para a criação e gestão da inovação em marketing. [O5, O6]

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

Coherence is revealed by the correspondence of each learning objective (LO) to the respective programme contents (PC) and is explained as follows:

1. Fundamentals of Strategic Marketing: The marketing concept and market-orientated strategy. [O1, O6]
2. Strategic Planning and Marketing: Alignment between strategic planning and the marketing process. [O2, O6]
3. Analysing the External Environment: Contextual and transactional environment, trends and opportunities. [O3, O6]
4. Consumer Behaviour and Marketing Strategy: Segmentation, positioning and decision-making insights. [O4, O6]
5. Developing the Value Proposition: Strategic definition of the marketing mix (product, price, distribution, communication, people, processes and physical evidence). [O6]
6. Innovation and New Product Development: Strategies for creating and managing innovation in marketing. [O5, O6]

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

Os métodos de ensino serão, maioritariamente, desenvolvidos em sessões síncronas a distância e em aulas teórico-práticas com recurso a caso de estudo. A unidade curricular compreende ainda tutorias de apoio aos alunos e elaboração dos trabalhos de grupo.

Nas sessões síncronas serão privilegiadas estratégias orientadas para os objetivos taxonómicos de nível da compreensão complementadas com aplicação sucinta de conceitos e técnicas. Nas sessões presenciais aprofundam-se os conteúdos utilizando-se estratégias visando atingir objetivos de aplicação, e sobretudo análise, síntese e criação. Com esta estratégia atingem-se todos os objetivos de aprendizagem propostos.

Síncrona a Distância:

M1. Metodologia expositiva: abordar os conceitos dos diferentes temas, seguindo-se o método demonstrativo na exemplificação prática dos conteúdos.

Presencial:

M2. Método demonstrativo/ativo. Exemplificação práticas dos conteúdos complementada com proposta de exercícios de aplicação.

M3. Aplicação prática: Aplicação de metodologias ativas de aprendizagem, recorrendo a Aprendizagem Baseada em Resolução de Problemas (ABRP) e Gamificação. A introdução da gamificação visa motivar e envolver os estudantes nas atividades de aprendizagem, aumentando o seu empenho e interesse pelas mesmas. Os problemas propostos orientam-se para a concretização de uma estratégia de marketing. Serão utilizadas ferramentas, em cada fase visando facilitar a análise, a definição da estratégia e a sua implementação, nomeadamente (por tópico dos conteúdos): 1. Análise SWOT; 2. Balanced Scorecard; 3. PESTEL; 4. Mapa de Empatia; 5. Funil de Marketing e Vendas; 6. Design Thinking.

M4. Consolidação dos conteúdos lecionados em aula através de pesquisa de informação adicional sobre as diferentes temáticas abordadas e desenvolvimento de trabalho suplementar.

O docente dará apoio e feedback (Orientação Tutorial – OT) sobre os resultados obtidos pelo(s) estudante(s) na resolução de casos de estudo, presencialmente em contexto de sala de aula ou a distância em modo assíncrono através da plataforma Moodle.

Complementarmente, os estudantes podem interagir com o tutor virtual Philix.ai integrado na plataforma LMS Moodle.

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

The teaching methods will mainly be developed in synchronous distance learning sessions and in theoretical-practical classes using case studies. The course also includes tutorials to support students and the preparation of group work.

In the synchronous sessions, strategies orientated towards taxonomic objectives at the level of comprehension will be favoured, complemented by the succinct application of concepts and techniques. In the face-to-face sessions, the content will be explored in depth using strategies aimed at achieving application objectives, and above all analysis, synthesis and creation. This strategy achieves all the proposed learning objectives.

Synchronous distance learning:

M1. Expository methodology: covering the concepts of the different topics, followed by the demonstrative method in practical examples of the content.

Face-to-face:

M2. Demonstrative/active method. Practical examples of the content complemented by proposed application exercises.

M3. Practical application: Application of active learning methodologies, using Problem-Based Learning (PBL) and Gamification. The introduction of gamification aims to motivate and involve students in learning activities, increasing their commitment and interest in them. The problems proposed are aimed at realising a marketing strategy. Tools will be used at each stage to facilitate analysis, strategy definition and implementation, namely (by content topic): 1. SWOT Analysis; 2. Balanced Scorecard; 3. PESTEL; 4. Empathy Map; 5. Marketing and Sales Funnel; 6. Design Thinking.

M4. Consolidation of the content taught in class by researching additional information on the different topics covered and developing additional work.

The lecturer will provide support and feedback (Tutorial Guidance - OT) on the results obtained by the student(s) in solving case studies, in person in the classroom or remotely in asynchronous mode via the Moodle platform.

In addition, students can interact with the Philix.ai virtual tutor integrated into the Moodle LMS platform.

4.2.14. Avaliação (PT):

Avaliação Curricular (contínua):

Esta modalidade de avaliação é constituída por:

A1. Portfólio de trabalhos/exercícios de aula (individual). Exercícios realizados nas aulas presenciais.

A2. Trabalho prático (grupo). Consiste num trabalho escrito complementado com a respetiva apresentação e discussão.

A3. Teste final teórico/prático (individual). Teste escrito a realizar no final do semestre.

A classificação final é calculada através da fórmula Classificação Final = $0,2 \cdot A1 + 0,4 \cdot A2 + 0,4 \cdot A3$.

O estudante é aprovado se obtiver classificação igual ou superior a 9,5 valores.

A classificação mínima na avaliação curricular (contínua) é a seguinte:

- Portfólio de trabalhos/exercícios de aula (individual): 8 valores

- Trabalho prático (grupo): 10 valores

- Teste teórico/prático – no final do semestre (individual): 8 valores.

A avaliação dos trabalhos práticos em grupo, inclui a avaliação individual dos estudantes que terá uma ponderação de 40% na classificação do estudante nessa componente.

Avaliação Final ou em Época de Recurso ou Época Especial (A):

Hipótese 1:

A1. Portfólio de trabalhos/exercícios de aula (individual). O estudante realizou os exercícios e obteve nota positiva: mantém a nota que será considerada nestas épocas de avaliação.

A2. Trabalho prático (grupo). O estudante participou no trabalho de grupo e obteve classificação positiva na componente individual: mantém a nota que será considerada nestas épocas de avaliação.

A3. Teste teórico/prático (individual). O estudante realiza este Teste escrito em qualquer das épocas em que se submeta a avaliação. A classificação final é calculada através da formula utilizada na avaliação curricular (contínua).

Hipótese 2:

O estudante não realizou os trabalhos/exercícios de aula e/ou não participou no trabalho de grupo ou participando obteve classificação negativa na componente de avaliação individual.

Avaliação Final, Avaliação em Época de Recurso/Especial (A): O estudante realiza o exame teórico-prático escrito (A=100%) e é aprovado se obtiver uma classificação igual ou superior a 9,5 valores em 20.

4.2.14. Avaliação (EN):

Curricular assessment (continuous):

This assessment modality consists of:

A1. Portfolio of class work/exercises (individual). Exercises carried out in class.

A2. Practical work (group). Consists of written work complemented by a presentation and discussion.

A3. Final theoretical/practical test (individual). Written test to be taken at the end of the semester.

The final grade is calculated using the formula Final Grade = $0.2 \cdot A1 + 0.4 \cdot A2 + 0.4 \cdot A3$.

The student is approved if they obtain a mark of 9.5 or more.

The minimum classification in the curricular assessment (continuous) is as follows:

- Portfolio of class work/exercises (individual): 8 marks

- Practical work (group): 10 marks

- Theoretical/practical test - at the end of the semester (individual): 8 marks.

The assessment of group practical work includes the students' individual assessment, which will have a weighting of 40 per cent in the student's classification in this component.

Final assessment or in the Appeal Period or Special Period (A):

Hypothesis 1:

A1. Portfolio of class work/exercises (individual). The student has carried out the exercises and obtained a positive mark: they keep the mark that will be taken into account in these assessment periods.

A2. Practical work (group). The student took part in the group work and obtained a positive mark in the individual component: the mark that will be taken into account in these assessment periods is maintained.

A3. Theoretical/practical test (individual). The student takes this written test in any of the assessment periods.

The final mark is calculated using the formula used in the curricular assessment (continuous).

Hypothesis 2:

The student has not done the class work/exercises and/or has not taken part in the group work or has obtained a negative mark in the individual assessment component.

Final Assessment, Assessment in Appeal/Special Season (A): The student takes the written theoretical-practical exam (A=100%) and is approved if they obtain a mark equal to or greater than 9.5 out of 20.

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

A coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da Unidade curricular é demonstrada através das seguintes relações:

- O1. Compreender o conceito de marketing estratégico e a sua importância na orientação para o mercado e na criação de valor sustentável. [M1, M2, M3] – [A1, A3] ou [A]
- O2. Analisar o alinhamento entre o planeamento estratégico e o processo de marketing. [M1, M2, M3, M4] – [A1, A2, A3] ou [A]
- O3. Avaliar a envolvente contextual e transacional de marketing, identificando tendências, oportunidades e desafios do ambiente competitivo. [M1, M2, M3, M4] – [A1, A2, A3] ou [A]
- O4. Interpretar o comportamento do consumidor e os fatores que influenciam a decisão de compra, aplicando princípios de segmentação e posicionamento estratégico. M1, M2, M3, M4] – [A1, A2, A3] ou [A]
- O5. Explorar a inovação e o desenvolvimento de novos produtos, aplicando abordagens estratégicas para a diferenciação e vantagem competitiva. [M1, M2, M3, M4] – [A1, A2, A3] ou [A]
- O6. Desenvolver uma estratégia de marketing incluindo as principais etapas e conteúdos. [M1, M2, M3, M4] – [A1, A2, A3] ou [A]

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

The consistency of the teaching and assessment methodologies with the learning objectives of the curricular unit is demonstrated by the following relationships:

- O1. Understand the concept of strategic marketing and its importance in market orientation and the creation of sustainable value. [M1, M2, M3] - [A1, A3] or [A]
- O2. Analyse the alignment between strategic planning and the marketing process. [M1, M2, M3, M4] - [A1, A2, A3] or [A]
- O3. Assess the contextual and transactional marketing environment, identifying trends, opportunities and challenges in the competitive environment. [M1, M2, M3, M4] - [A1, A2, A3] or [A]
- O4. Interpret consumer behaviour and the factors that influence purchasing decisions, applying the principles of segmentation and strategic positioning. M1, M2, M3, M4] - [A1, A2, A3] or [A]
- O5. Explore innovation and the development of new products, applying strategic approaches to differentiation and competitive advantage. [M1, M2, M3, M4] - [A1, A2, A3] or [A]
- O6. Develop a marketing strategy including the main stages and contents. [M1, M2, M3, M4] - [A1, A2, A3] or [A]

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

- Aaker, D. & Moorman, C. (2023). *Strategic Market Management*, 12th Edition. Wiley
- Dawes, J. (2021). *Marketing Planning & Strategy - A Practical Introduction*. SAGE Publications.
- Phillips, D.M. (2023). *Marketing Strategy & Management*. SAGE Publications
- West, D. C., Ford, J. B., & Ibrahim, E. (2022). *Strategic marketing: creating competitive advantage*. Oxford University Press, USA.

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

- Aaker, D. & Moorman, C. (2023). *Strategic Market Manager*, 12th Edition. Wiley
- Dawes, J. (2021). *Marketing Planning & Strategy - A Practical Introduction*. SAGE Publications.
- Phillips, D.M. (2023). *Marketing Strategy & Management*. SAGE Publications
- West, D. C., Ford, J. B., & Ibrahim, E. (2022). *Strategic marketing: creating competitive advantage*. Oxford University Press, USA.

4.2.17. Observações (PT):

Recursos específicos:

- Moodle: <https://moodle.ensinulusofona.pt/>
- Plataforma Teams.
- Internet, Biblioteca, bases de dados científicas.
- Laboratório informático com ligação à internet e vídeo projetor.
- Software Office 365 e/ou Google Suite.

4.2.17. Observações (EN):

Specific resources:

- Moodle: <https://moodle.ensinulusofona.pt/>
- Teams platform.
- Internet, library, scientific databases.
- Computer lab with internet connection and video projector.
- Office 365 and/or Google Suite software.

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):***MKT***4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (EN):***MKT***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):***125.0***4.2.5. Horas de contacto:***Presencial (P) - TP-21.0; PL-12.0; OT-1.0**Síncrona a distância (SD) - TP-9.0; OT-2.0***4.2.6. % Horas de contacto a distância:***24.44%***4.2.7. Créditos ECTS:***5.0***4.2.8. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular:***• Jorge Manuel Gouveia 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):***Esta unidade curricular tem os seguintes objetivos de aprendizagem:**O1. Desenvolver uma consciência crítica sobre como abordar os desafios de um ambiente globalizado.**O2. Identificar os principais modelos de internacionalização.**O3. Desenvolver estratégias de competitividade em ambiente global.**O4. Identificar e gerir as diferenças culturais em ambiente multicultural.**O5. Reconhecer as nuances do plano de marketing internacional.**O6. Identificar os modelos de internacionalização nas suas diferentes características.**O7. identificar e desenvolver vantagens competitivas aplicáveis em ambiente internacional.**O8. Desenvolver um plano de marketing internacional, de possível aplicabilidade em ambiente empresarial.**O9. Dominar as estratégias de gestão e controlo dos planos de marketing internacional.*

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 has the following learning objectives:

- O1. Develop a critical awareness of how to address the challenges of a globalized environment.*
- O2. Identify the main internationalization models.*
- O3. Develop competitiveness strategies in a global environment.*
- O4. Identify and manage cultural differences in a multicultural environment.*
- O5. Recognize the nuances of the international marketing plan.*
- O6. Identify internationalization models and their different characteristics.*
- O7. Identify and develop competitive advantages applicable in an international environment.*
- O8. Develop an international marketing plan that can be applied in a business environment.*
- O9. Master the strategies for managing and controlling international marketing plans.*

4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):

- 1. Introdução ao comércio internacional.*
- 2. Teorias e modelos de internacionalização.*
- 3. Desenvolvimento da competitividade internacional da empresa.*
- 4. Estratégias de marketing internacional.*
- 5. A inovação e desenvolvimento de vantagens competitivas em ambiente global.*
- 6. Modos de entrada, drivers e barreiras à internacionalização.*
- 7. O Marketing-mix em ambiente multicultural.*
- 8. O plano de marketing internacional.*
- 9. Planeamento, gestão e controlo das atividades de marketing em ambiente global.*

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):

- 1. Introduction to international trade.*
- 2. Theories and models of internationalization.*
- 3. Development of the company's international competitiveness.*
- 4. International marketing strategies.*
- 5. Innovation and the development of competitive advantages in a global environment.*
- 6. Entry modes, drivers and barriers to internationalization.*
- 7. Marketing mix in a multicultural environment.*
- 8. The international marketing plan.*
- 9. Planning, managing and controlling marketing activities in a global environment.*

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

Os conteúdos programáticos estão em estreita ligação com os objetivos como se mostra.

- 1. Introdução ao comércio internacional. [O1, O2, O3]*
- 2. Teorias e modelos de internacionalização. [O1, O2, O3,]*
- 3. Desenvolvimento da competitividade internacional da empresa. [O3, O5]*
- 4. Estratégias de marketing internacional. [O3, O4, O5]*
- 5. A inovação e desenvolvimento de vantagens competitivas em ambiente global. [O3, O6]*
- 6. Modos de entrada, drivers e barreiras à internacionalização. [O2, O5, O6]*
- 7. O Marketing-mix em ambiente multicultural. [O4, O7, O8]*
- 8. O plano de marketing internacional. [O5, O8, O9]*
- 9. Planeamento, gestão e controlo das atividades de marketing em ambiente global. [O5, O8, O9]*

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

The syllabus is closely linked to the objectives as shown.

- 1. Introduction to international trade. [O1, O2, O3]*
- 2. Theories and models of internationalization. [O1, O2, O3,]*
- 3. Developing the company's international competitiveness. [O3, O5]*
- 4. International marketing strategies. [O3, O4, O5]*
- 5. Innovation and the development of competitive advantages in a global environment. [O3, O6]*
- 6. Entry modes, drivers and barriers to internationalization. [O2, O5, O6]*
- 7. Marketing-mix in a multicultural environment. [O4, O7, O8]*
- 8. The international marketing plan. [O5, O8, O9]*
- 9. Planning, managing and controlling marketing activities in a global environment. [O5, O8, O9]*

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

Os métodos de ensino serão, maioritariamente, desenvolvidos em sessões síncronas a distância e em aulas teórico-práticas com recurso a caso de estudo. A unidade curricular compreende ainda tutorias de apoio aos alunos e elaboração dos trabalhos de grupo. Nas sessões síncronas serão privilegiadas estratégias orientadas para os objetivos taxonómicos de nível da compreensão complementadas com aplicação sucinta de conceitos e técnicas. Nas sessões presenciais aprofundam-se os conteúdos utilizando-se estratégias orientadas para os níveis da aplicação, e sobretudo análise, síntese e criação. Com esta estratégia atingem-se todos os objetivos de aprendizagem propostos.

Síncrona a Distância:

M1. Metodologia expositiva: abordar os conceitos dos diferentes temas, seguindo-se o método demonstrativo na exemplificação práticas dos conteúdos.

Presencial:

M2. Aplicação prática: com a realização uma série casos de estudo dentro e fora da sala de aula induzindo a participação ativa e autónoma dos estudantes.

M3. Métodos ativos, recorrendo a Metodologias Pedagógicas Ativas, nomeadamente Casos de Estudos e Aula Invertida. A estratégia da aula invertida será utilizada através da disponibilização previa de vídeos/outros documentos documentando os conteúdos a abordar posteriormente nas atividades práticas.

Autónoma:

M4. Consolidação dos conteúdos lecionados em aula através de pesquisa de informação adicional sobre as diferentes temáticas abordadas e desenvolvimento de trabalho suplementar proposto pelo docente através da plataforma Moodle.

O docente dá feedback (Orientação Tutorial – OT) sobre os resultados obtidos pelo estudante na resolução dos problemas propostos, presencialmente em contexto de sala de aula ou a distância em modo assíncrono através da plataforma Moodle.

Complementarmente, os estudantes podem interagir com o tutor virtual Philix.ai integrado na plataforma LMS Moodle.

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

The teaching methods will mainly be developed in synchronous distance learning sessions and in theoretical-practical classes using case studies. The course also includes tutorials to support students and the preparation of group work.

In the synchronous sessions, strategies orientated towards taxonomic objectives at the level of comprehension will be favoured, complemented by the succinct application of concepts and techniques. In the face-to-face sessions, the content will be explored in depth using strategies aimed at the application level, and above all at analysing, synthesising and creating. With this strategy, all the proposed learning objectives are achieved.

Synchronous distance learning:

M1. Expository methodology: covering the concepts of the different topics, followed by the demonstrative method in practical examples of the content.

Face-to-face:

M2. Practical application: carrying out a series of case studies inside and outside the classroom, inducing active and autonomous student participation.

M3. Active methods, using Active Pedagogical Methodologies, namely Case Studies and Flipped Classrooms. The flipped classroom strategy will be used by providing videos/other documents documenting the content to be covered later in the practical activities.

Autonomous:

M4. Consolidation of the content taught in class by researching additional information on the different topics covered and developing additional work proposed by the teacher via the Moodle platform.

The teacher gives feedback (Tutorial Guidance - OT) on the results obtained by the student in solving the proposed problems, in person in the classroom or remotely in asynchronous mode via the Moodle platform.

In addition, students can interact with the Philix.ai virtual tutor integrated into the Moodle LMS platform.

4.2.14. Avaliação (PT):

Avaliação Curricular (contínua):

A1. Portfólio de estudos de caso resolvidos ao longo das aulas (grupo). Relatórios escritos submetidos na plataforma LMS Moodle.

A2. Teste final (individual). Teste escrito no final do semestre.

A classificação final é calculada através da fórmula $\text{Classificação Final} = 0,5 \cdot A1 + 0,5 \cdot A2$.

O estudante é aprovado se a classificação final for igual ou superior a 9,5 valores em 20.

A classificação mínima na avaliação curricular (contínua) a aplicar é a seguinte:

- Portfólio de exercícios de aula: 10 valores

- Teste final: 8 valores

Avaliação Final ou em Época de Recurso e Época Especial (A)

Hipótese 1:

A1. Portfólio de estudos de caso resolvidos ao longo das aulas (grupo). O estudante realizou o portfólio no qual obteve nota positiva (incluindo na componente de avaliação individual: mantém a classificação obtida em todas as épocas em que se sujeitar a avaliação).

A2. Teste final (individual). O estudante realiza o teste individual escrito.

A classificação final é calculada através da fórmula utilizada na avaliação curricular (contínua).

Hipótese 2:

A1. Portfólio de estudos de caso resolvidos ao longo das aulas (grupo). O estudante não realizou o portfólio ou obteve nota negativa (incluindo na componente de avaliação individual).

Nestas circunstâncias o estudante realiza o Exame escrito completo ($A=100\%$) e fica aprovado se obtiver uma classificação igual ou superior a 9,5 valores em 20.

4.2.14. Avaliação (EN):

Curricular assessment (continuous):

A1. Portfolio of case studies solved during classes (group). Written reports submitted on the LMS Moodle platform.

A2. Final test (individual). Written test at the end of the semester.

The final grade is calculated using the formula $\text{Final Grade} = 0.5 \cdot A1 + 0.5 \cdot A2$.

The student passes if the final mark is equal to or greater than 9.5 out of 20.

The minimum classification in the curricular assessment (continuous) to be applied is as follows:

- Portfolio of class exercises: 10 marks

- Final test: 8 marks

Final Assessment or in Appeal Period and Special Period (A)

Hypothesis 1:

A1. Portfolio of case studies solved in class (group). The student has completed the portfolio in which they obtained a positive mark (including in the individual assessment component: they keep the mark obtained in all the periods in which they are assessed).

A2. Final test (individual): The student takes the individual written test.

The final mark is calculated using the formula used in the curricular assessment (continuous).

Hypothesis 2:

A1. Portfolio of case studies solved during lessons (group). The student did not complete the portfolio or obtained a negative mark (including in the individual assessment component).

In these circumstances, the student takes the full written exam ($A=10$)

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

A coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da Unidade curricular é demonstrada através das seguintes relações:

O1. Desenvolver uma consciência crítica sobre como abordar os desafios de um ambiente globalizado. [M1, M2, M3 e M4] - [A1 e A2] ou [A]

O2. Identificar os principais modelos de internacionalização. [M1, M2, M3 e M4] - [A1 e A2] ou [A]

O3. Desenvolver estratégias de competitividade em ambiente global. [M1, M2, M3 e M4] - [A1 e A2] ou [A]

O4. Identificar e gerir as diferenças culturais em ambiente multicultural. [[M1, M2, M3 e M4] - [A1 e A2] ou [A]

O5. Reconhecer as nuances do plano de marketing internacional. [M1, M2, M3 e M4] - [A1 e A2] ou [A]

O6. Identificar os modelos de internacionalização nas suas diferentes características. [M1, M2, M3 e M4] - [A1 e A2] ou [A]

O7. Identificar e desenvolver vantagens competitivas aplicáveis em ambiente internacional. [M1, M2, M3 e M4] - [A1 e A2] ou [A]

O8. Desenvolver um plano de marketing internacional, de possível aplicabilidade em contexto empresarial. [M1, M2, M3 e M4] - [A1 e A2] ou [A]

O9. Dominar as estratégias de gestão e controlo dos planos de marketing internacional. [M1, M2, M3 e M4] - [A1 e A2] ou [A]

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

The consistency of the teaching and assessment methodologies with the learning objectives of the curricular unit is demonstrated by the following relationships:

- O1. Develop a critical awareness of how to address the challenges of a globalised environment. [M1, M2, M3 and M4] - [A1 and A2] or [A]
- O2. Identify the main internationalisation models. [M1, M2, M3 and M4] - [A1 and A2] or [A]
- O3. Develop competitiveness strategies in a global environment. [M1, M2, M3 and M4] - [A1 and A2] or [A]
- O4. Identify and manage cultural differences in a multicultural environment. [M1, M2, M3 and M4] - [A1 and A2] or [A]
- O5. Recognise the nuances of the international marketing plan. [M1, M2, M3 and M4] - [A1 and A2] or [A]
- O6. Identify the different characteristics of internationalisation models. [M1, M2, M3 and M4] - [A1 and A2] or [A]
- O7. Identify and develop competitive advantages applicable in an international environment. [M1, M2, M3 and M4] - [A1 and A2] or [A]
- O8. Develop an international marketing plan that can be applied in a business context. [M1, M2, M3 and M4] - [A1 and A2] or [A]
- O9. Master the strategies for managing and controlling international marketing plans. [M1, M2, M3 and M4] - [A1 and A2] or [A]

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

Cateora, P., Graham, J., Gilly, M., Money, B., & Cateora, G. (2024). *International Marketing* (19th ed.). New York: McGraw-Hill Higher Education.

Doodle, I., Lowe, R. & Kenyton, A. (2022) *International Marketing Strategy: Analysis, Development and Implementation* (9th ed.). Hampshire: Cengage Learning EMEA.

Gillespie, K & Swan, S. (2022). *Global Marketing*. Routledge.

Hollensen, S. (2021). *Global Marketing* (8th ed.). Harlow: Pearson

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

Cateora, P., Graham, J., Gilly, M., Money, B., & Cateora, G. (2024). *International Marketing* (19th ed.). New York: McGraw-Hill Higher Education.

Doodle, I., Lowe, R. & Kenyton, A. (2022) *International Marketing Strategy: Analysis, Development and Implementation* (9th ed.). Hampshire: Cengage Learning EMEA.

Gillespie, K & Swan, S. (2022). *Global Marketing*. Routledge.

Hollensen, S. (2021). *Global Marketing* (8th ed.). Harlow: Pearson

4.2.17. Observações (PT):

Recursos específicos:

- Moodle: <https://moodle.ensinulusofona.pt/>
- Plataforma Teams.
- Internet, Biblioteca, bases de dados científicas.
- Laboratório informático com ligação à internet e vídeo projetor.
- Software Office 365 e/ou Google Suite.

4.2.17. Observações (EN):

Specific resources:

- Moodle: <https://moodle.ensinulusofona.pt/>
- Teams platform.
- Internet, library, scientific databases.
- Computer lab with internet connection and video projector.
- Office 365 and/or Google Suite software.

Mapa III - Marketing Relacional**4.2.1. Designação da unidade curricular (PT):**

Marketing Relacional

4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):

Relationship Marketing

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

MKT

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (EN):*MKT***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):***125.0***4.2.5. Horas de contacto:***Presencial (P) - TP-18.0; PL-15.0; OT-1.0**Síncrona a distância (SD) - TP-9.0; OT-2.0***4.2.6. % Horas de contacto a distância:***24.44%***4.2.7. Créditos ECTS:***5.0***4.2.8. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular:***• Hélder Filipe Santos Barbosa Ferreira - 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):***Esta unidade curricular tem os seguintes objetivos de aprendizagem:*

- O1. Fornecer os conhecimentos e metodologias de análise necessários para a gestão e fidelização de clientes.*
- O2. Perspetivar o marketing relacional de forma estratégica, tática e operacional.*
- O3. Distinguir os vários tipos de implicações do marketing relacional nas organizações.*
- O4. Analisar o contexto atual dos relacionamentos com os clientes e os seus impactos nas empresas.*
- O5. Relacionar diferentes tipos de marketing relacional com diferentes contextos de aplicação.*
- O6. Implementar estratégias relacionais com recurso à utilização de sistemas e tecnologias de informação.*
- O7. Otimizar estratégias de marketing através do Customer Relationship Management (CRM).*
- O8. Utilizar as metodologias mais adequadas para a implementação e controle das práticas de marketing relacional.*

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 has the following learning objectives:*

- O1. To provide the knowledge and analysis methodologies necessary for customer management and loyalty.*
- O2. View relationship marketing strategically, tactically and operationally.*
- O3. Distinguish the various types of implications of relationship marketing in organizations.*
- O4. Analyze the current context of customer relationships and their impact on companies.*
- O5. Relate different types of relationship marketing to different contexts of application.*
- O6. Implement relational strategies using information systems and technologies.*
- O7. Optimize marketing strategies through Customer Relationship Management (CRM).*
- O8. Use the most appropriate methodologies for implementing and controlling relationship marketing practices.*

4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):

1. Do marketing transacional ao marketing relacional: Fundamentos conceituais e empíricos do marketing relacional; Implicações estratégicas, táticas e operacionais.
2. As diferentes escolas do marketing relacional.
3. Contexto de aplicação do marketing relacional.
4. Métricas do marketing relacional.
5. Customer Relationship Management (CRM): O marketing one to one e a metodologia IDIC. Construção de um relacionamento com os clientes. Classificação e avaliação dos clientes – modelos principais. Aspetos legais da construção de bases de dados de clientes. Os diferentes módulos de CRM. Sistemas de Informação CRM.
6. O Marketing industrial – Marketing B2B: Processo de compra industrial. Comportamento de compra em mercados B2B. Fatores que influenciam o comportamento de compra organizacional. O papel das tecnologias no B2B.

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):

1. From transactional marketing to relationship marketing: Conceptual and empirical foundations of relationship marketing; Strategic, tactical and operational implications.
2. The different schools of relationship marketing.
3. Context in which relationship marketing is applied.
4. Relationship marketing metrics.
5. Customer Relationship Management (CRM): One-to-one marketing and the IDIC methodology. Building a relationship with customers. Customer classification and evaluation - main models. Legal aspects of building customer databases. The different CRM modules. CRM information systems.
6. Industrial marketing - B2B marketing: Industrial purchasing process. Buying behavior in B2B markets. Factors influencing organizational buying behaviour. The role of technology in B2B.

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

Os conteúdos programáticos estão em estreita ligação com os objetivos conforme se mostra na correspondência.

1. Do marketing transacional ao marketing relacional. [O1, O2]
2. As diferentes escolas do marketing relacional. [O1, O2]
3. Contexto de aplicação do marketing relacional. [O1, O2, O3, O4, O5]
4. Métricas do marketing relacional. . [O1, O2, O3, O4, O5, O6]
5. Customer Relationship Management (CRM). [O1, O2, O3, O4, O5, O6, O7, O8]
6. O Marketing industrial – Marketing B2B. [O1, O2, O3, O4, O5, O6, O7, O8]

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

The programme contents are closely linked to the objectives as shown in the correspondence.

1. From transactional marketing to relationship marketing. [O1, O2]
2. The different schools of relationship marketing. [O1, O2]
3. Context in which relationship marketing is applied. [O1, O2, O3, O4, O5]
4. Relationship marketing metrics. [O1, O2, O3, O4, O5, O6]
5. Customer Relationship Management (CRM). [O1, O2, O3, O4, O5, O6, O7, O8]
6. Industrial marketing - B2B marketing. [O1, O2, O3, O4, O5, O6, O7, O8]

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

A metodologia articula-se entre as atividades a desenvolver em cada um dos momentos (síncrono a distância, presencial e autónomo pelos estudantes). As sessões síncronas a distância visam, sobretudo, os níveis taxonómicos associados ao conhecimento e à compreensão operacionalizadas através da apresentação e exploração dos conteúdos, enquanto as sessões presenciais visam o aprofundamento dos conteúdos proporcionando a aplicação, análise, reflexão e síntese de modo a atingir os objetivos de aprendizagem de cada um dos tópicos.

Síncrono a distância:

M1. Métodos expositivo e interrogativo: apresentação e exploração dos conteúdos. Estas sessões serão complementadas com a participação dos estudantes em fóruns de discussão e wikis com caráter formativo operacionalizados através da plataforma LMS Moodle.

Presencial:

M2. Aplicação prática através de exercícios orientados para a consolidação dos conhecimentos.

M3. Prática baseada na metodologia Aprendizagem Baseada em Resolução de Problemas (ABRP) visando encontrar solução para problemas identificados pelos estudantes ou propostos pelo docente, nomeadamente para a criação/implementação de estratégias de marketing relacional adequadas ao contexto. As atividades práticas utilizarão o Software ERP PHC (incluindo os módulos CRM) e a Plataforma RD Station. (ver ponto 4.2.17)

Autónomo:

M4. Pesquisa orientada proposta pelo docente visando consolidar as temáticas em estudo e fornecendo inputs para o trabalho prático desenvolvido pelos estudantes.

O docente dá feedback sobre o desenvolvimento do problema abordado na prática laboratorial (Orientação tutorial – OT), presencialmente em contexto de sala de aula, ou através da plataforma de apoio ao ensino/aprendizagem Moodle.

Complementarmente, os estudantes podem interagir com o tutor virtual Philix.ai integrado na plataforma LMS Moodle.

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

The methodology is articulated between the activities to be carried out at each stage (synchronous distance learning, face-to-face and autonomous by the students). The synchronous distance sessions are mainly aimed at the taxonomic levels associated with knowledge and understanding, operationalised through the presentation and exploration of the content, while the face-to-face sessions are aimed at deepening the content by providing application, analysis, reflection and synthesis in order to achieve the learning objectives for each topic. Synchronous distance learning:

M1. Expository and interrogative methods: presentation and exploration of content. These sessions will be complemented by student participation in discussion forums and wikis of a formative nature operationalised through the LMS Moodle platform.

Face-to-face:

M2. Practical application through exercises aimed at consolidating knowledge.

M3. Practical work based on the Problem-Based Learning (PLL) methodology, aimed at finding solutions to problems identified by the students or proposed by the lecturer, namely the creation/implementation of relationship marketing strategies appropriate to the context. The practical activities will use the PHC ERP software (including the CRM modules) and the RD Station platform (see point 4.2.17).

Stand-alone:

M4. Guided research proposed by the lecturer aimed at consolidating the themes under study and providing input for the practical work carried out by the students.

The teacher gives feedback on the development of the problem addressed in the laboratory practice (Tutorial Orientation - OT), in person in the classroom or via the Moodle teaching/learning support platform.

In addition, students can interact with the Philix.ai virtual tutor integrated into the Moodle LMS platform.

4.2.14. Avaliação (PT):

Avaliação Curricular (continua):

A1. Teste teórico/prático intermédio (individual). Consiste num exercício escrito.

A2. Trabalho prático (grupo). Realizado ao longo do semestre e inclui uma componente prática e outra de relatório escrito.

A3. Teste teórico/prático (individual). Consiste num teste escrito a realizar no final do semestre.

A classificação final é calculada através da fórmula $\text{Classificação Final} = A1 \cdot 0,3 + A2 \cdot 0,4 + A3 \cdot 0,3$.

O estudante é aprovado se obtiver classificação igual ou superior a 9,5 valores.

A classificação mínima na avaliação curricular (continua) é a seguinte:

- Teste teórico/prático intermédio (individual): 8 valores

- Trabalho prático (grupo): 10 valores

- Teste teórico/prático – no final do semestre (individual): 8 valores.

A avaliação dos trabalhos práticos em grupo, inclui a avaliação individual dos estudantes que terá uma ponderação de 40% na classificação do estudante nessa componente.

Avaliação Final ou em Época de Recurso ou Época Especial (A):

Hipótese 1:

A2. Trabalho prático (grupo). O estudante participou no trabalho de grupo e obteve classificação positiva na componente individual: mantém a nota que será considerada nestas épocas de avaliação.

A1. Teste teórico/prático (individual). O estudante realiza este Teste escrito em qualquer das épocas em que se submeta a avaliação.

A classificação final é calculada através da seguinte fórmula: $A1 \cdot 0,6 + A2 \cdot 0,4$.

Hipótese 2:

O estudante não participou no trabalho de grupo ou participando obteve classificação negativa na componente de avaliação individual.

Avaliação Final, Avaliação em Época de Recurso/Especial (A): O estudante realiza o exame teórico-prático escrito ($A=100\%$) e é aprovado se obtiver uma classificação igual ou superior a 9,5 valores em 20.

4.2.14. Avaliação (EN):

Curricular assessment (continuous):

A1. Intermediate theoretical/practical test (individual). Consists of a written exercise.

A2. Practical work (group). Carried out throughout the semester and includes a practical component and a written report.

A3. Theoretical/practical test (individual). This consists of a written test to be taken at the end of the semester.

The final grade is calculated using the formula $\text{Final Grade} = A1 \cdot 0.3 + A2 \cdot 0.4 + A3 \cdot 0.3$.

Students pass if they obtain a mark of 9.5 or more.

The minimum classification in the curricular assessment (continuous) is as follows:

- Intermediate theoretical/practical test (individual): 8 marks

- Practical work (group): 10 marks

- Theoretical/practical test - at the end of the semester (individual): 8 marks.

The assessment of group practical work includes the individual assessment of students, which will have a weighting of 40 per cent in the student's classification in this component.

Final assessment or in the Appeal Period or Special Period (A):

Hypothesis 1:

A2. Practical work (group). The student took part in the group work and obtained a positive mark in the individual component: he/she keeps the mark that will be taken into account in these assessment periods.

A1. Theoretical/practical test (individual). The student takes this written test in any of the assessment periods.

The final mark is calculated using the following formula: $A1 \cdot 0.6 + A2 \cdot 0.4$.

Hypothesis 2:

The student has not taken part in the group work or has obtained a negative mark in the individual assessment component.

Final Assessment, Assessment in Appeal/Special Season (A): The student takes the written theoretical-practical exam ($A=100\%$) and passes if they obtain a mark equal to or greater than 9.5 out of 20.

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

A coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da Unidade curricular é demonstrada através das seguintes relações:

- O1. Fornecer os conhecimentos e metodologias de análise necessários para a gestão e fidelização de clientes. .[M1] – [A1] ou [A]
- O2. Perspetivar o marketing relacional de forma estratégica, tática e operacional. .[M1] – [A1] ou [A]
- O3. Distinguir os vários tipos de implicações do marketing relacional nas organizações. .[M1] – [A1, A3] ou [A]
- O4. Analisar o contexto atual dos relacionamentos com os clientes e os seus impactos nas empresas. [M1, M2] – [A1, A3] ou [A]
- O5. Relacionar diferentes tipos de marketing relacional com diferentes contextos de aplicação. . [M1, M2] – [A1, A3] ou [A]
- O6. Implementar estratégias relacionais com recurso à utilização de sistemas e tecnologias de informação. [M1, M2, M3, M4] – [A1, A2, A3] ou [A]
- O7. Otimizar estratégias de marketing através do Customer Relationship Management (CRM). [M1, M2, M3, M4] – [A1, A2, A3] ou [A]
- O8. Utilizar as metodologias mais adequadas para a implementação e controle das práticas de marketing relacional. [M1, M2, M3, M4] – [A1, A2, A3] ou [A]

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

The consistency of the teaching and assessment methodologies with the learning objectives of the curricular unit is demonstrated through the following relationships:

- O1. To provide the knowledge and analysis methodologies necessary for customer management and loyalty. .[M1] - [A1] or [A]
- O2. View relationship marketing strategically, tactically and operationally. .[M1] - [A1] or [A]
- O3. Distinguish between the various types of implications of relationship marketing in organizations. .[M1] - [A1, A3] or [A]
- O4. Analyze the current context of customer relationships and their impact on companies. [M1, M2] - [A1, A3] or [A]
- O5. Relate different types of relationship marketing to different contexts of application. [M1, M2] - [A1, A3] or [A]
- O6. Implement relational strategies using information systems and technologies. [M1, M2, M3, M4] - [A1, A2, A3] or [A]
- O7. Optimize marketing strategies through Customer Relationship Management (CRM). [M1, M2, M3, M4] - [A1, A2, A3] or [A]
- O8. Use the most appropriate methodologies for implementing and controlling relationship marketing practices. [M1, M2, M3, M4] - [A1, A2, A3] or [A]

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

Chakravorti, S. (2023). *Customer Relationship Management*. SAE.
Mackie, K. (2025). *B2B Marketing Fundamentals, Drive Impact Across Brand, Reputation, Relationships and Revenue*. KoganPage
Prior, D., Buttle, F. & Maklan S. (2024). *Customer Relationship Management: Concepts and Technologies*, Routledge
Seebacher, UG (2021). *B2B Marketing, A Guidebook for the Classroom to the Boardroom*. Springer.

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

Chakravorti, S. (2023). *Customer Relationship Management*. SAE.
Mackie, K. (2025). *B2B Marketing Fundamentals, Drive Impact Across Brand, Reputation, Relationships and Revenue*. KoganPage
Prior, D., Buttle, F. & Maklan S. (2024). *Customer Relationship Management: Concepts and Technologies*, Routledge
Seebacher, UG (2021). *B2B Marketing, A Guidebook for the Classroom to the Boardroom*. Springer.

4.2.17. Observações (PT):

Recursos específicos:

- Moodle: <https://moodle.ensinolusofona.pt/>
- Plataforma Teams.
- Internet, Biblioteca, bases de dados científicas.
- Laboratórios informáticos com ligação à internet e vídeo projetor.
- Software ERP PHC (incluindo módulos CRM).
- Plataforma RD Station.

4.2.17. Observações (EN):*Specific resources:*

- Moodle: <https://moodle.ensinulusofona.pt/>
- Teams platform.
- Internet, library, scientific databases.
- Computer labs with internet connection and video projector.
- PHC ERP software (including CRM modules).
- RD Station platform.

Mapa III - Métodos de Investigação**4.2.1. Designação da unidade curricular (PT):***Métodos de Investigação***4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):***Research Methods***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):***SSB***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):***125.0***4.2.5. Horas de contacto:***Presencial (P) - TP-33.0; OT-1.0**Síncrona a distância (SD) - TP-9.0; OT-2.0***4.2.6. % Horas de contacto a distância:***24.44%***4.2.7. Créditos ECTS:***5.0***4.2.8. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular:**

- António Luís Neves Dionísio - 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):

Esta unidade curricular tem os seguintes objetivos de aprendizagem:

- O1. Caracterizar uma investigação.*
- O2. Descrever as etapas do processo de investigação.*
- O3. Identificar as diferentes técnicas de recolha de informação.*
- O4. Descrever as fases e procedimentos de uma investigação.*
- O5. Estruturar um projeto de investigação definindo, e clarificando o problema a investigar.*
- O6. Desenvolver e aplicar instrumentos de investigação em ciências sociais, com especial incidência nas ciências empresariais.*
- O7. Desenhar e planejar estudos e projetos de investigação em ciências sociais, com especial incidência na área das ciências empresariais, seguindo princípios éticos e utilizando de forma adequada ferramentas baseadas em inteligência artificial generativa.*

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 has the following learning objectives:

- O1. Characterise an investigation.*
- O2. Describe the stages of the research process.*
- O3. Identify the different information gathering techniques.*
- O4. Describe the phases and procedures of an investigation.*
- O5. Structure a research project by defining and clarifying the problem to be investigated.*
- O6. Develop and apply research tools in the social sciences, with a special focus on business sciences.*
- O7. Design and plan studies and research projects in the social sciences, with a special focus on business sciences, following ethical principles and making appropriate use of tools based on generative artificial intelligence.*

4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):

- 1. Introdução à investigação científica em ciências sociais: Paradigmas de investigação; O processo de investigação científica; As etapas do processo de investigação.*
- 2. A investigação em ciências sociais: Tipos; Modelos; Perspetivas; Modalidade de investigação.*
- 3. Métodos de investigação: Metodologia; Fases do processo.*
- 4. Técnicas de recolha de dados: Observação; Entrevista; Inquérito por questionário.*
- 5. Apresentação, análise e discussão dos resultados.*
- 6. Normas de elaboração de um relatório de investigação: Estrutura; Normas de referência bibliográfica; Utilização de Gestores de referências bibliográficas.*
- 7. Ética e deontologia da investigação.*
- 8. A utilização de ferramentas baseadas em Inteligência Artificial Generativa na investigação.*

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):

- 1. introduction to scientific research in the social sciences: research paradigms; the scientific research process; the stages of the research process.*
- 2. Research in the social sciences: Types; Models; Perspectives; Research methods.*
- 3. Research methods: Methodology; Stages of the process.*
- 4. Data collection techniques: Observation; Interview; Questionnaire survey.*
- 5. Presentation, analysis and discussion of results.*
- 6. Rules for preparing a research report: Structure; Bibliographic referencing rules; Use of bibliographic reference managers.*
- 7. Research ethics and deontology.*
- 8. The use of tools based on Generative Artificial Intelligence in research.*

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

Os conteúdos programáticos estão em estreita ligação com os objetivos conforme se mostra na correspondência.

- 1. Introdução à investigação científica em ciências sociais: Paradigmas de investigação; O processo de investigação científica; As etapas do processo de investigação. [O1, O2]*
- 2. A investigação em ciências sociais: Tipos; Modelos; Perspetivas; Modalidade de investigação. [O1, O2]*
- 3. Métodos de investigação: Metodologia; Fases do processo. [O1, O2, O4]*
- 4. Técnicas de recolha de dados: Observação; Entrevista. [O3]*
- 5. Apresentação, análise e discussão dos resultados. [O2, O3, O4, O5, O6, O7]*
- 6. Normas de elaboração de um relatório de investigação: Estrutura; Normas de referência bibliográfica; Utilização de Gestores de referências bibliográficas. [O2, O3, O4, O5, O6, O7]*
- 7. Ética e deontologia da investigação. [O2, O3, O4, O5, O6, O7]*
- 8. A utilização de ferramentas baseadas em Inteligência Artificial na investigação Generativa. [O2, O3, O4, O5, O6, O7]*

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

The programme contents are closely linked to the objectives as shown in the correspondence.

1. Introduction to scientific research in the social sciences: Research paradigms; The scientific research process; The stages of the research process. [O1, O2]
2. Research in the social sciences: Types; Models; Perspectives; Types of research. [O1, O2]
3. Research methods: Methodology; Stages of the process. [O1, O2, O4]
4. Data collection techniques: Observation; Interview. [O3]
5. Presentation, analysis and discussion of results. [O2, O3, O4, O5, O6, O7]
6. Rules for preparing a research report: Structure; Bibliographic referencing rules; Use of bibliographic reference managers. [O2, O3, O4, O5, O6, O7]
7. Research ethics and deontology. [O2, O3, O4, O5, O6, O7]
8. The use of Artificial Intelligence-based tools in Generative research. [O2, O3, O4, O5, O6, O7]

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

A metodologia articula-se entre as atividades a desenvolver em cada um dos momentos (síncrono a distância, presencial e autónomo pelos estudantes). Nas sessões síncronas a distância privilegiam-se os objetivos de conhecimento e compreensão, enquanto nas sessões presenciais se desenvolvem estratégias que consolidam esses conhecimentos através da aplicação, análise e síntese.

Síncrono a distância:

M1. Métodos expositivos e interrogativos: Exposição, diálogo e de discussão/debate para apresentação dos quadros teóricos de referência. Serão realizadas atividades de análise de casos práticos de ilustração, exposição e investigação no âmbito dos conteúdos abordados, dando especial atenção à planificação da investigação, às técnicas de recolha da informação e à interpretação e redação de suportes escritos.

Presencial:

M2. Aplicação prática baseada na análise/discussão de Casos de estudo apresentados pelo docente. Na organização das sessões será ainda utilizada a metodologia de aula invertida através da qual o docente fornecerá previamente vídeos e outros documentos que serão utilizados pelos estudantes na análise/discussão dos casos propostos. Os estudantes utilizam as ferramentas identificadas no ponto 4.2.17. desenvolvendo assim competências práticas quer em relação à operacionalização dos conteúdos quer da utilização das ferramentas.

Autónomo:

M4. Pesquisa orientada proposta pelo docente visando consolidar as temáticas em estudo e fornecendo inputs para os casos analisados/discutidos.

O docente dá feedback sobre a análise dos casos propostos (Orientação tutorial – OT), presencialmente em contexto de sala de aula, ou através da plataforma de apoio ao ensino/aprendizagem Moodle.

Complementarmente, os estudantes podem interagir com o tutor virtual Philix.ai integrado na plataforma LMS Moodle.

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

The methodology is articulated between the activities to be carried out at each stage (synchronous distance learning, face-to-face learning and autonomous learning by the students). In the synchronous distance sessions, the objectives of knowledge and understanding are favoured, while in the face-to-face sessions, strategies are developed to consolidate this knowledge through application, analysis and synthesis.

Synchronous distance learning:

M1. Expository and interrogative methods: Exposition, dialogue and discussion/debate to present the theoretical reference frameworks. Activities will be carried out to analyse practical cases of illustration, exposition and research within the scope of the contents covered, paying special attention to research planning, information gathering techniques and the interpretation and writing of written supports.

Face-to-face:

M2. Practical application based on analysing/discussing case studies presented by the lecturer. The sessions will also be organised using the inverted classroom methodology, whereby the lecturer will provide videos and other documents that will be used by the students in the analysis/discussion of the proposed cases. Students will use the tools identified in point 4.2.17, thus developing practical skills both in terms of operationalising the content and using the tools.

Autonomous:

M4. Guided research proposed by the teacher, aimed at consolidating the topics under study and providing input for the cases analysed/discussed.

The lecturer gives feedback on the analysis of the proposed cases (Tutorial Orientation - OT), in person in the classroom or via the Moodle teaching/learning support platform.

In addition, students can interact with the Philix.ai virtual tutor integrated into the Moodle LMS platform.

4.2.14. Avaliação (PT):

Avaliação Curricular (contínua):

A1. *Portfólio de exercícios realizados em sala de aula (individual). Exercícios escritos realizados em contexto de sala de aula presencial.*

A2. *Trabalho prático (grupo). Plano de um projeto de investigação. Consiste num documento escrito a submeter na plataforma Moodle incluindo apresentação e discussão.*

A3. *Trabalho prático (individual). Revisão de literatura sobre um tema proposto pelo docente ou estudante, seguindo as normas da escrita científica.*

A classificação final é calculada através da fórmula Classificação Final = $A1 \times 0,2 + A2 \times 0,4 + A3 \times 0,4$.

O estudante é aprovado se obtiver classificação igual ou superior a 9,5 valores.

A classificação mínima na avaliação curricular (contínua) é a seguinte:

- Portfólio de exercícios realizados em sala (individual): 10 valores

- Trabalho prático (grupo): 10 valores

- Trabalho prático (individual): 10 valores.

A avaliação dos trabalhos práticos em grupo, inclui a avaliação individual dos estudantes que terá uma ponderação de 40% na classificação do estudante nessa componente.

Avaliação Final ou em Época de Recurso ou Época Especial (A):

Hipótese 1:

A1. *Portfólio de exercícios realizados em sala. O estudante realizou os exercícios e obteve classificação positiva.*

A2. *Trabalho prático (grupo). O estudante participou no trabalho de grupo e obteve classificação positiva na componente individual: mantém a nota que será considerada nestas épocas de avaliação.*

A3. *Trabalho prático (individual). O estudante realiza este Trabalho em qualquer das épocas em que se submeta a avaliação.*

A classificação final é calculada através da seguinte formula utilizada na avaliação curricular (contínua).

Hipótese 2:

O estudante não realizou os exercícios em sala de aula e/ou não participou no trabalho de grupo ou participando obteve classificação negativa na componente de avaliação individual.

4.2.14. Avaliação (EN):

Curricular assessment (continuous):

A1. *Portfolio of exercises carried out in class (individual). Written exercises carried out in the classroom.*

A2. *Practical work (group). Plan for a research project. Consists of a written document to be submitted on the Moodle platform including presentation and discussion.*

A3. *Practical work (individual). Literature review on a topic proposed by the lecturer or student, following the rules of scientific writing.*

The final grade is calculated using the formula Final Grade = $A1 \times 0.2 + A2 \times 0.4 + A3 \times 0.4$.

The student is approved if they obtain a mark equal to or greater than 9.5.

The minimum classification in the curricular assessment (continuous) is as follows:

- Portfolio of exercises carried out in class (individual): 10 marks

- Practical work (group): 10 marks

- Practical work (individual): 10 marks.

The assessment of group practical work includes the students' individual assessment, which will have a weighting of 40 per cent in the student's classification in this component.

Final assessment or in the Appeal Period or Special Period (A):

Hypothesis 1:

A1. *Portfolio of exercises carried out in class. The student completed the exercises and obtained a positive mark.*

A2. *Practical work (group). The student took part in the group work and obtained a positive mark in the individual component: this maintains the mark that will be taken into account in these assessment periods.*

A3. *Practical work (individual). The student carries out this assignment in any of the assessment periods.*

The final grade is calculated using the following formula used in (continuous) curricular assessment.

Hypothesis 2:

The student didn't do the exercises in class and/or didn't take part in the group work or, if they did, got a negative mark in the individual assessment component.

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

A coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da Unidade curricular é demonstrada através das seguintes relações:

O1. Caracterizar uma investigação. [M1] – [A1] ou [A]

O2. Descrever as etapas do processo de investigação. [M1, M2] – [A1] ou [A]

O3. Identificar as diferentes técnicas de recolha de informação. [M1, M2] – [A1] ou [A]

O4. Descrever as fases e procedimentos de uma investigação. [M1, M2] – [A1] ou [A]

O5. Estruturar um projeto de investigação definindo, e clarificando o problema a investigar. [M1, M2, M3] – [A1, A2, A3] ou [A]

O6. Desenvolver e aplicar instrumentos de investigação no domínio das ciências sociais com especial incidência nas ciências empresariais. [M1, M2, M3] – [A1, A2, A3] ou [A]

O7. Desenhar e planear estudos e projetos de investigação no domínio das ciências sociais e com especial incidência na área das ciências empresariais, seguindo princípios éticos e utilizando de forma adequada ferramentas baseadas em inteligência artificial. [M1, M2, M3] – [A1, A2, A3] ou [A]

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

The consistency of the teaching and assessment methodologies with the learning objectives of the curricular unit is demonstrated through the following relationships:

O1. Characterize an investigation. [M1] - [A1] or [A]

O2. Describe the stages of the research process. [M1, M2] - [A1] or [A]

O3. Identify the different information gathering techniques. [M1, M2] - [A1] or [A]

O4. Describe the phases and procedures of an investigation. [M1, M2] - [A1] or [A]

O5. Structure a research project by defining and clarifying the problem to be investigated. [M1, M2, M3] - [A1, A2, A3] or [A]

O6. Develop and apply research tools in the field of social sciences with a special focus on business sciences. [M1, M2, M3] - [A1, A2, A3] or [A]

O7. Design and plan studies and research projects in the field of social sciences and with a special focus on business sciences, following ethical principles and making appropriate use of tools based on artificial intelligence. [M1, M2, M3] - [A1, A2, A3] or [A]

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

American Psychological Association (2019). Manual de Publicação da APA (7.ª Edição). Artmed

Clark, T., Foster, L., Sloan, L., & Bryman, A. (2021). Bryman's social research methods. Oxford University Press.

Creswell, John (2021). Projeto de pesquisa. Método qualitativo Quantitativo e Misto, Bookman.

Foroudi, P. & Dennis, C. (2024). Researching and Analysing Business, Research Methods in Practice. Routledge.

Gonçalves, S., Marques, C. G., Gonçalves, P. (2021). Manual de Investigação Qualitativa, Conceção, análise e aplicações. Pactor.

Schindler, P. (2021). Business Research Methods. McGraw Hill.

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

American Psychological Association (2019). Manual de Publicação da APA (7.ª Edição). Artmed

Clark, T., Foster, L., Sloan, L., & Bryman, A. (2021). Bryman's social research methods. Oxford University Press.

Creswell, John (2021). Projeto de pesquisa. Método qualitativo Quantitativo e Misto, Bookman.

Foroudi, P. & Dennis, C. (2024). Researching and Analysing Business, Research Methods in Practice. Routledge.

Gonçalves, S., Marques, C. G., Gonçalves, P. (2021). Manual de Investigação Qualitativa, Conceção, análise e aplicações. Pactor.

Schindler, P. (2021). Business Research Methods. McGraw Hill.

4.2.17. Observações (PT):

Recursos específicos:

- Moodle: <https://moodle.ensinolusofona.pt/>

- Plataforma Teams.

- Internet, Biblioteca, bases de dados científicas.

- Laboratório informático com ligação à internet e vídeo projetor.

- Software Office 365 e/ou Google Suite.

- Gestor de referências de código aberto (Mendeley ou Zotero).

- Ferramentas baseadas em IA (ChatGPT, ChatPDF, Gemini, Perplexity.AI, SemanticScholar)

Nota: Os conteúdos relacionados com as técnicas de recolha de dados serão articulados com a Unidade curricular Estudo de Mercado (Tipologias de pesquisa e análises de mercados (quantitativos; qualitativos; descritiva; causal) de modo a complementarem-se sem que se proceda a repetições desnecessárias.

4.2.17. Observações (EN):

Specific resources:

- Moodle: <https://moodle.ensinolusofona.pt/>
- Teams platform.
- Internet, library, scientific databases.
- Computer lab with internet connection and video projector.
- Office 365 and/or Google Suite software.
- Open source reference manager (Mendeley or Zotero).
- AI-based tools (ChatGPT, ChatPDF, Gemini, Perplexity.AI, SemanticScholar).

Note: The content related to data collection techniques will be combined with the Market Research course (Types of research and market analyses (quantitative; qualitative; descriptive; causal) so as to complement each other without unnecessary repetition.

Mapa III - Métodos Quantitativos**4.2.1. Designação da unidade curricular (PT):**

Métodos Quantitativos

4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):

Quantitative Methods

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

MAT

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

MAT

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):

150.0

4.2.5. Horas de contacto:

Presencial (P) - TP-18.0; PL-15.0; OT-1.0
Síncrona a distância (SD) - TP-9.0; OT-2.0

4.2.6. % Horas de contacto a distância:

24.44%

4.2.7. Créditos ECTS:

6.0

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

- *Loide Raquel Lopes Ascenso - 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):

Esta unidade curricular tem os seguintes objetivos de aprendizagem:

- O1. Desenvolver a capacidade de raciocínio dos estudantes.
- O2. Proporcionar os fundamentos básicos dos métodos quantitativos, usualmente aplicados nas áreas da gestão e marketing.
- O3. Dotar os estudantes de conhecimentos relativos à seleção de métodos e processos que melhor se ajustem à resolução de um problema concreto.
- O4. Utilizar corretamente a linguagem matemática no desenvolvimento de técnicas de cálculo que permitam criar ou aprofundar conhecimentos essenciais à continuação de estudos nos anos posteriores.
- O5. Dominar os conceitos fundamentais relacionados com a análise infinitesimal.
- O6. Identificar os diferentes tipos de equações, inequações e funções reais de variável real.
- O7. Prever e caracterizar as funções a utilizar na aplicação prática.
- O8. Aplicar as técnicas de cálculo em diferentes situações.

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 has the following learning objectives:

- O1. Develop students' reasoning skills.
- O2. To provide the basic foundations of quantitative methods, usually applied in the areas of management and marketing.
- O3. Provide students with knowledge of how to select the methods and processes best suited to solving a specific problem.
- O4. Correctly use mathematical language to develop calculation techniques that enable them to create or deepen knowledge that is essential for further study in later years.
- O5. Master the fundamental concepts related to infinitesimal analysis.
- O6. Identify the different types of equations, inequalities and real functions with real variables.
- O7. Predict and characterize the functions to be used in practical application.
- O8. Apply calculation techniques in different situations.

4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):

1. Evolução do conceito de número: A reta e os subconjuntos de $\mathbb{R}$, Potências. Propriedades do cálculo de potências.
2. Equações e inequações: Domínio, raízes ou soluções. Princípios de equivalência. Inequações inteiras e fracionárias.
3. Cálculo diferencial em $\mathbb{R}$: Funções reais de variável real. Funções exponenciais.
4. Limites e continuidade: Limites de funções. Limites de funções. Continuidade.
5. Derivadas de uma função: Definição de derivada de uma função num ponto. Interpretação geométrica. Aplicações das derivadas.

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):

1. Evolution of the concept of number: The line and subsets of $\mathbb{R}$, Powers. Properties of calculating powers.
2. Equations and inequalities: Domain, roots or solutions. Principles of equivalence. Integer and fractional inequalities.
3. Differential calculus in $\mathbb{R}$: Real functions of real variable. Exponential functions.
4. Limits and continuity: Limits of functions. Limits of functions. Continuity.
5. Derivatives of a function: Definition of the derivative of a function at a point. Geometric interpretation. Applications of derivatives.

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

Os conteúdos programáticos estão em estreita ligação com os objetivos conforme se mostra na correspondência.

1. Evolução do conceito de número: A reta e os subconjuntos de $\mathbb{R}$. Potências; Propriedades do cálculo de potências. [O1, O2, O3, O4, O5, O6]
2. Equações e inequações: Domínio, raízes ou soluções. Princípios de equivalência. Inequações inteiras e fracionárias. [O1, O2, O3, O4, O5, O6, O7, O8]
3. Cálculo diferencial em $\mathbb{R}$: Funções reais de variável real. Funções exponenciais. [O1, O2, O3, O4, O5, O6, O7, O8]
4. Limites e continuidade: Limites de funções. Limites de funções. Continuidade. [O1, O2, O3, O4, O5, O6, O7, O8]
5. Derivadas de uma função: Definição de derivada de uma função num ponto. Interpretação geométrica. Aplicações das derivadas. [O1, O2, O3, O4, O5, O6, O7, O8]

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

The syllabus is closely linked to the objectives, as shown in the correspondence.

- 1. Evolution of the concept of number: The line and subsets of $\mathbb{R}$. Powers; Properties of calculating powers. [O1, O2, O3, O4, O5, O6]*
- 2. Equations and inequalities: Domain, roots or solutions. Principles of equivalence. Integer and fractional inequalities. [O1, O2, O3, O4, O5, O6, O7, O8]*
- 3. Differential calculus in $\mathbb{R}$: Real functions with real variables. Exponential functions. [O1, O2, O3, O4, O5, O6, O7, O8]*
- 4. Limits and continuity: Limits of functions. Continuity. [O1, O2, O3, O4, O5, O6, O7, O8]*
- 5. Derivatives of a function: Definition of the derivative of a function at a point. Geometric interpretation. Applications of derivatives. [O1, O2, O3, O4, O5, O6, O7, O8]*

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

A metodologia baseia-se na articulação entre as atividades a desenvolver em cada um dos momentos (síncrono a distância, presencial e autónomo pelos estudantes).

Síncrono a Distância:

M1. Metodologia expositiva: abordar os conceitos dos diferentes temas, seguindo-se o método demonstrativo na exemplificação práticas dos conteúdos atingindo-se os níveis taxonómicos do conhecimento, compreensão complementados com as aplicações iniciais que são concretizadas através da resolução, com objetivos formativos, de questões propostas pelo docente na plataforma Moodle.

Presencial:

M2. Aplicação prática: com a realização uma série de exercícios dentro e fora da sala de aula induzindo a participação ativa e autónoma dos estudantes, concretizando a aplicação mais sistematizada, apelando ainda ao desenvolvimento de aptidões de compreensão, análise e síntese.

M3. Métodos ativos, recorrendo a estratégias de Motivação e a Metodologias Pedagógicas Ativas como Aula Invertida e Gamificação. Através das estratégias de aula invertida serão disponibilizados antecipadamente vídeos e/ou outros documentos que suportarão os conteúdos a tratar nas aulas. A gamificação terá como principal objetivo reforçar o interesse e motivação dos estudantes.

Autónoma:

M4. Consolidação dos conteúdos lecionados em aula através de pesquisa de informação adicional sobre as diferentes temáticas abordadas e desenvolvimento de trabalho suplementar proposto pelo docente através da plataforma Moodle.

O docente dá feedback (Orientação Tutorial – OT) sobre os resultados obtidos pelo estudante na resolução dos problemas propostos, presencialmente em contexto de sala de aula ou a distância em modo assíncrono através da plataforma Moodle.

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

The methodology is based on the articulation between the activities to be carried out at each stage (synchronous distance learning, face-to-face and autonomous learning by the students).

Synchronous distance learning:

M1. Expository methodology: covering the concepts of the different topics, followed by the demonstrative method in practical examples of the content, reaching the taxonomic levels of knowledge, understanding complemented by initial applications which are realised through the resolution, with formative objectives, of questions proposed by the teacher on the Moodle platform.

Face-to-face:

M2. Practical application: carrying out a series of exercises inside and outside the classroom, inducing active and autonomous participation by the students, bringing about a more systematised application, while also appealing to the development of comprehension, analysis and synthesis skills.

M3. Active methods, using Motivation strategies and Active Pedagogical Methodologies such as Flipped Classrooms and Gamification. Through flipped classroom strategies, videos and/or other documents will be made available in advance to support the content to be covered in class. The main aim of gamification will be to reinforce student interest and motivation.

Autonomous:

M4. Consolidation of the content taught in class by researching additional information on the different topics covered and developing additional work proposed by the teacher via the Moodle platform.

The teacher gives feedback (Tutorial Guidance - OT) on the results obtained by the student in solving the proposed problems, in person in the classroom or remotely in asynchronous mode via the Moodle platform.

4.2.14. Avaliação (PT):

Avaliação Curricular (contínua):

A1. Portfólio de exercícios práticos resolvidos ao longo das aulas. Realizados nas aulas presenciais.

A2. Teste intermédio (individual). Teste escrito realizado sensivelmente a meio do período letivo do semestre.

A3. Teste final (individual). Teste escrito realizado no final do semestre.

O estudante é aprovado se a classificação final for igual ou superior a 9,5 valores em 20.

A classificação final é calculada através da fórmula $\text{Classificação Final} = 0,2 \cdot A1 + 0,4 \cdot A2 + 0,4 \cdot A3$.

Avaliação Final (A): O estudante realiza o exame escrito completo (A=100%) e é aprovado se obter uma classificação igual ou superior a 9,5 valores em 20.

A classificação mínima na avaliação curricular (contínua) é a seguinte:

- Portfólio de exercícios práticos resolvidos ao longo das aulas: 10 valores

- Teste intermédio (individual): 6 valores

- Teste final (individual): 8 valores

Avaliação em Época de Recurso e Época Especial (A): O estudante realiza o exame escrito completo (A=100%) e fica aprovado se obter uma classificação igual ou superior a 9,5 valores em 20.

4.2.14. Avaliação (EN):

Curricular assessment (continuous):

A1. Portfolio of practical exercises solved during classes. Carried out in class.

A2. Intermediate test (individual). Written test taken roughly halfway through the semester.

A3. Final test (individual). Written test taken at the end of the semester.

The student passes if the final mark is equal to or greater than 9.5 out of 20.

The final grade is calculated using the formula $\text{Final Grade} = 0.2 \cdot A1 + 0.4 \cdot A2 + 0.4 \cdot A3$.

Final Assessment (A): The student takes the full written exam (A=100%) and passes if they obtain a mark equal to or greater than 9.5 out of 20.

The minimum classification in the curricular assessment (continuous) is as follows:

- Portfolio of practical exercises solved in class: 10 marks

- Intermediate test (individual): 6 marks

- Final test (individual): 8 marks

Assessment in Appeal Periods and Special Periods (A): The student takes the full written exam (A=100%) and passes if they obtain a mark equal to or greater than 9.5 out of 20.

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

A coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da Unidade curricular é demonstrada através das seguintes relações:

O1. Desenvolver a capacidade de raciocínio dos estudantes. [M1, M2, M3, M4] – [A1, A2, A3] ou [A]

O2. Proporcionar os fundamentos básicos dos métodos quantitativos, usualmente aplicados nas áreas da gestão e marketing. [M1, M2, M3, M4] – [A1, A2, A3] ou [A]

O3. Dotar os estudantes de conhecimentos relativos à seleção de métodos e processos que melhor se ajustem à resolução de um problema concreto. [M1, M2, M3, M4] – [A1, A2, A3] ou [A]

O4. Utilizar corretamente a linguagem matemática no desenvolvimento de técnicas de cálculo que permitam criar ou aprofundar conhecimentos essenciais à continuação de estudos nos anos posteriores. [M1, M2, M3, M4] – [A1, A2, A3] ou [A]

O5. Dominar os conceitos fundamentais relacionados com a análise infinitesimal. [M1, M2, M3, M4] – [A1, A2, A3] ou [A]

O6. Identificar os diferentes tipos de equações, inequações e funções reais de variável real. [M1, M2, M3, M4] – [A1, A2, A3] ou [A]

O7. Prever e caracterizar as funções a utilizar na aplicação prática. [M1, M2, M3, M4] – [A1, A2, A3] ou [A]

O7. Aplicar as técnicas de cálculo em diferentes situações. [M1, M2, M3, M4] – [A1, A2, A3] ou [A]

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

The consistency of the teaching and assessment methodologies with the learning objectives of the curricular unit is demonstrated through the following relationships:

O1. Develop students' reasoning skills. [M1, M2, M3, M4] - [A1, A2, A3] or [A]

O2. To provide the basic foundations of quantitative methods, usually applied in the areas of management and marketing. [M1, M2, M3, M4] - [A1, A2, A3] or [A]

O3. Provide students with the knowledge to select the methods and processes best suited to solving a specific problem. [M1, M2, M3, M4] - [A1, A2, A3] or [A]

O4. Correct use of mathematical language in the development of calculation techniques that enable the creation or deepening of knowledge essential for further study in later years. [M1, M2, M3, M4] - [A1, A2, A3] or [A]

O4. Master the fundamental concepts related to infinitesimal analysis. [M1, M2, M3, M4] - [A1, A2, A3] or [A]

O5. Identify the different types of equations, inequalities and real functions with real variables. [M1, M2, M3, M4] - [A1, A2, A3] or [A]

O6. Predict and characterize the functions to be used in the practical application. [M1, M2, M3, M4] - [A1, A2, A3] or [A]

O7. Apply calculation techniques in different situations. [M1, M2, M3, M4] - [A1, A2, A3] or [A]

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

Aires, Luís M. (2021). Conceitos de Matemática – Fundamentos para as ciências da vida. Edições Sílabo.

Carvalho, F. & Carvalho, S. (2021). Matemática. Edições Sílabo.

Jacques, I. (2023). Mathematics for Economics and Business (10.ª Ed.). Pearson

Pires, G. (2022). Cálculo Diferencial e Integral em Rn. IST Press.

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

Aires, Luís M. (2021). Conceitos de Matemática – Fundamentos para as ciências da vida. Edições Sílabo.

Carvalho, F. & Carvalho, S. (2021). Matemática. Edições Sílabo.

Jacques, I. (2023). Mathematics for Economics and Business (10.ª Ed.). Pearson

Pires, G. (2022). Cálculo Diferencial e Integral em Rn. IST Press.

4.2.17. Observações (PT):

Recursos específicos:

- Moodle: <https://moodle.ensinulusofona.pt/>

- Plataforma Teams.

- Internet, Biblioteca, bases de dados científicas.

4.2.17. Observações (EN):

Specific resources:

- Moodle: <https://moodle.ensinulusofona.pt/>

- Teams platform.

- Internet, library, scientific databases

Mapa III - Projeto Aplicado**4.2.1. Designação da unidade curricular (PT):**

Projeto Aplicado

4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):

Applied Project

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

MKT

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

MKT

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):***300.0***4.2.5. Horas de contacto:***Presencial (P) - TC-200.0; E-0.0; OT-15.0**Síncrona a distância (SD) - OT-15.0***4.2.6. % Horas de contacto a distância:***6.52%***4.2.7. Créditos ECTS:***12.0***4.2.8. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular:***• Rui Manuel Robalo Frade - 30.0h***4.2.9. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:***• Ana Filipa Vieira Lopes Joaquim - 30.0h**• João Paulo Résio Farinha - 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):***Esta unidade curricular tem os seguintes objetivos de aprendizagem:**O1. Dominar os métodos e técnicas de investigação e sua aplicação na resolução de problemas.**O2. Demonstrar conhecimentos integrados de marketing e sua aplicação para a resolução de problemas concretos.**O3. Demonstrar capacidade para selecionar os recursos adequados à concretização das atividades propostas.**O4. Aplicar os seus conhecimentos e a sua capacidade de compreensão na resolução de problemas em situações novas e não familiares.**O5. Comunicar as suas conclusões, conhecimentos e raciocínios subjacentes aos trabalhos desenvolvidos, apresentando e justificando explicitamente de forma convincente as opções tomadas para a concretização dos trabalhos desenvolvidos.**O6. Demonstrar capacidade de trabalho em equipa.**O7. Elaborar relatórios do trabalho de projeto.**O8. Utilização responsável e ética de ferramentas baseadas em IA.***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 has the following learning objectives:**O1. Master research methods and techniques and apply them to problem-solving.**O2. Demonstrate integrated knowledge of marketing and its application to solving concrete problems.**O3. Demonstrate the ability to select the appropriate resources to carry out the proposed activities.**O4. Apply their knowledge and comprehension skills to solve problems in new and unfamiliar situations.**O5. Communicate their conclusions, knowledge and reasoning behind the work carried out, explicitly presenting and convincingly justifying the choices made in carrying out the work.**O6. Demonstrate teamwork skills.**O7. Draw up project work reports.**O8. Responsible and ethical use of AI-based tools.***4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):***1. Princípios da Integridade académica, códigos de ética e plágio. Utilização de ferramentas baseadas em IA.**2. Etapas da investigação aplicada.**3. Problemas e campos de ação.**4. A construção do projeto aplicado a um contexto organizacional: A fundamentação teórica. O plano de tarefas.**5. Operacionalização do projeto aplicado.**6. A redação do relatório de projeto aplicado.**7. Apresentação e discussão do relatório de projeto aplicado.*

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):

1. Principles of academic integrity, codes of ethics and plagiarism. Use of AI-based tools.
2. Stages of applied research.
3. Problems and fields of action.
4. The construction of the project applied to an organisational context: The theoretical foundation. The task plan.
5. Operationalising the applied project.
6. Writing the applied project report.
7. Presentation and discussion of the applied project report.

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

Os conteúdos programáticos estão em estreita ligação com os objetivos conforme se mostra na correspondência.

1. Princípios da Integridade académica, códigos de ética e plágio. Ferramentas baseadas em IA Generativa. [O1, O2, O3, O4, O5, O6, O7, O8]
2. Etapas da investigação aplicada. [O1, O2, O3, O4, O5, O6, O7, O8]
3. Problemas e campos de ação. [O1, O2, O3, O4, O5, O6, O7, O8]
4. A construção do projeto aplicado a um contexto organizacional: A fundamentação teórica. O plano de tarefas. [O1, O2, O3, O4, O5, O6, O7, O8]
5. Operacionalização do projeto aplicado. [O1, O2, O3, O4, O5, O6, O7, O8]
6. A redação do relatório de projeto aplicado. [O1, O2, O3, O4, O5, O6, O7, O8]
7. Apresentação e discussão do relatório de projeto aplicado. [O1, O2, O3, O4, O5, O6, O7, O8]

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

The programme contents are closely linked to the objectives as shown in the correspondence.

1. Principles of academic integrity, codes of ethics and plagiarism. Tools based on Generative AI. [O1, O2, O3, O4, O5, O6, O7, O8]
2. Stages of applied research. [O1, O2, O3, O4, O5, O6, O7, O8]
3. Problems and fields of action. [O1, O2, O3, O4, O5, O6, O7, O8]
4. The construction of the project applied to an organisational context: The theoretical foundation. The task plan. [O1, O2, O3, O4, O5, O6, O7, O8]
5. Operationalising the applied project. [O1, O2, O3, O4, O5, O6, O7, O8]
6. Writing the applied project report. [O1, O2, O3, O4, O5, O6, O7, O8]
7. Presentation and discussion of the applied project report. [O1, O2, O3, O4, O5, O6, O7, O8]

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

M1. A metodologia de acompanhamento do projeto será da responsabilidade do orientador, mas, regra geral, consistirá em reuniões (Orientação tutorial) com uma periodicidade adequada ao trabalho/estudante em questão.

M2. Adicionalmente, o orientador poderá exigir ao estudante um conjunto de relatórios intermédios como mais uma forma de controlar o cumprimento de todas as etapas e tarefas previstas.

M3. Leitura da bibliografia recomendada. Que servirá de base para a elaboração do relatório final.

No final, o estudante deverá redigir um relatório final envolvendo o trabalho realizado.

O docente responsável pela orientação tutorial (OT) do projeto desenvolve essa orientação através de sessões periódicas com o estudante. Estas sessões podem ser realizadas presencialmente ou em modo síncrono a distância através da plataforma Zoom.

A plataforma Moodle é utilizada pelos docentes orientadores para realizar os processos de interação assíncrona com os estudantes, para disponibilizar materiais de apoio, dar feedback sobre as atividades desenvolvidas pelos estudantes.

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

M1. The methodology for monitoring the project will be the responsibility of the supervisor, but as a general rule it will consist of meetings (tutorial guidance) with a frequency appropriate to the work/student in question.

M2. In addition, the supervisor may require the student to submit a set of intermediate reports as another way of checking that all the planned stages and tasks have been completed.

M3. Reading the recommended bibliography. This will serve as the basis for writing the final report.

At the end, the student must write a final report on the work carried out.

The teacher responsible for the tutorial orientation (OT) of the project develops this orientation through periodic sessions with the student. These sessions can be held in person or synchronously at a distance via the Zoom platform.

The Moodle platform is used by the supervising teachers to carry out asynchronous interaction processes with the students, to provide support materials and to give feedback on the activities carried out by the students.

4.2.14. Avaliação (PT):

Os estudantes podem entregar o relatório final de projeto em qualquer das épocas previstas:

- a. Época de avaliação final
- b. Época de recurso
- c. Época especial

A avaliação é efetuada conforme previsto no regulamento geral de avaliação dos cursos de 1.º ciclo. Assim, o relatório final do projeto será apresentado perante um júri de que fará parte o/a Diretor/a de Curso, o/a docente orientador/a e um/a docente da área científica, nomeado para o efeito, que exercerá a função de arguente. Nos casos de impedimento do/a Diretor/a de Curso ou quando este/a seja o/a orientador/a do projeto, será nomeado outro/a docente do ciclo de estudos para integrar o júri.

O júri da defesa do trabalho final de ciclo de estudos delibera sobre a classificação final a atribuir, na escala numérica de 0 a 20 valores, sendo necessária uma nota mínima de 9.5 valores para aprovação à unidade curricular.

4.2.14. Avaliação (EN):

Students can submit the final project report at any of the scheduled times:

- a. Final assessment season
- b. Appeal period
- c. Special season

Assessment is carried out in accordance with the general assessment regulations for 1st cycle courses. Thus, the final project report will be presented before a jury made up of the Course Director, the supervising teacher and a teacher from the scientific area, appointed for the purpose, who will act as the examiner. If the Course Director is unable to attend or if he/she is the project supervisor, another teacher from the study cycle will be appointed to sit on the jury.

The jury for the defense of the final work of the study cycle decides on the final grade to be awarded, on a numerical scale from 0 to 20, and a minimum grade of 9.5 is required 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):

A coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da Unidade curricular pode ser demonstrada através das seguintes relações:

- O1. Dominar os métodos e técnicas de investigação e sua aplicação na resolução de problemas. [M1, M2 e M3] - [Avaliação do relatório de projeto]
- O2. Demonstrar conhecimentos integrados de marketing e sua aplicação para a resolução de problemas concretos. [M1, M2 e M3] - [Avaliação do relatório de projeto]
- O3. Demonstrar capacidade para selecionar as tecnologias adequadas à concretização das atividades propostas. [M1, M2 e M3] - [Avaliação do relatório de projeto]
- O4. Aplicar os seus conhecimentos e a sua capacidade de compreensão na resolução de problemas em situações novas e não familiares. [M1, M2 e M3] - [Avaliação do relatório de projeto]
- O5. Comunicar as suas conclusões, conhecimentos e raciocínios subjacentes aos trabalhos desenvolvidos, apresentando e justificando explicitamente de forma convincente as opções tomadas para a concretização dos trabalhos desenvolvidos. [M1, M2 e M3] - [Avaliação do relatório de projeto]
- O6. Demonstrar capacidade de trabalho em equipa. [M1, M2 e M3] - [Avaliação do relatório de projeto]
- O7. Elaborar relatórios do trabalho de projeto ou de estágio. [M1, M2 e M3] - [Avaliação do relatório de projeto]
- O8. Utilização responsável e ética de ferramentas baseadas em IA. [M1, M2 e M3] - [Avaliação do relatório de projeto]

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

The consistency of the teaching and assessment methodologies with the learning objectives of the curricular unit can be demonstrated through the following relationships:

- O1. Mastering research methods and techniques and their application to problem-solving. [M1, M2 and M3] - [Project report assessment]
- O2. Demonstrate integrated knowledge of marketing and its application to solving concrete problems. [M1, M2 and M3] - [Project report assessment]
- O3. Demonstrate the ability to select the appropriate technologies to carry out the proposed activities. [M1, M2 and M3] - [Evaluation of the project report]
- O4. Apply their knowledge and understanding skills to solve problems in new and unfamiliar situations. [M1, M2 and M3] - [Project report assessment]
- O5. Communicate their conclusions, knowledge and reasoning behind the work carried out, explicitly presenting and convincingly justifying the choices made to carry out the work carried out. [M1, M2 and M3] - [Assessment of the project report]
- O6. Demonstrate teamwork skills. [M1, M2 and M3] - [Project report assessment]
- O7. Writing project or internship reports. [M1, M2 and M3] - [Project report assessment]
- O8. Responsible and ethical use of AI-based tools. [M1, M2 and M3] - [Project report assessment]

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

Artigos, livros, revistas e jornais científicos que estejam relacionados com a área/tema do trabalho de projeto.

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

Articles, books, magazines and scientific journals that are related to the area/theme of the project work.

4.2.17. Observações (PT):

Recursos específicos:

- Moodle: <https://moodle.ensinulusofona.pt/>
- Plataforma Teams.
- Internet, Biblioteca, bases de dados científicas.
- Laboratório informático com ligação à internet e vídeo projetor.
- Software Office 365 e/ou Google Suite.
- Ferramentas baseadas em IA (ChatGPT, ChatPDF, Gemini, Perplexity.AI, SemanticScholar)

4.2.17. Observações (EN):

Specific resources:

- Moodle: <https://moodle.ensinulusofona.pt/>
- Teams platform.
- Internet, library, scientific databases.
- Computer lab with internet connection and video projector.
- Office 365 and/or Google Suite software.
- AI-based tools (ChatGPT, ChatPDF, Gemini, Perplexity.AI, SemanticScholar)

Mapa III - Promoções e Merchandising**4.2.1. Designação da unidade curricular (PT):**

Promoções e Merchandising

4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):

Promotions and Merchandising

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

MKT

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

MKT

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):

125.0

4.2.5. Horas de contacto:

Presencial (P) - TP-21.0; PL-12.0; OT-1.0
Síncrona a distância (SD) - TP-9.0; OT-2.0

4.2.6. % Horas de contacto a distância:

24.44%

4.2.7. Créditos ECTS:

5.0

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

- *Hélder Filipe Santos Barbosa Ferreira - 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):

Esta unidade curricular tem os seguintes objetivos de aprendizagem:

- O1. Apresentar os conceitos e teorias relacionadas com as promoções e merchandising.
- O2. Identificar as ferramentas promocionais no contexto do mercado de consumo e de retalho.
- O3. Identificar os componentes de um plano promocional e de merchandising.
- O4. Distinguir atividades de promoção e merchandising das demais vertentes de comunicação de mercado.
- O5. Discutir as estratégias mais adequadas no contexto das promoções e merchandising.
- O6. Aplicar a teoria relacionada com merchandising e promoções em lojas de retalho.
- O7. Utilizar as ferramentas promocionais quando analisado o mercado de consumo e de retalho.
- O8. Produzir um plano promocional e de merchandising coordenado com as restantes atividades de marketing.

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 has the following learning objectives:

- O1. Present the concepts and theories related to promotions and merchandising.
- O2. Identify promotional tools in the context of the consumer and retail market.
- O3. Identify the components of a promotional and merchandising plan.
- O4. Distinguish promotion and merchandising activities from other aspects of market communication.
- O5. Discuss the most appropriate strategies in the context of promotions and merchandising.
- O6. Apply theory related to merchandising and promotions in retail stores.
- O7. Use promotional tools when analyzing the consumer and retail market.
- O8. Produce a promotional and merchandising plan coordinated with other marketing activities

4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):

1. Conceitos gerais: Promoção; Merchandising. Publicidade. Ponto de venda.
2. Fundamentos da Promoção de Vendas: Comunicação visual. PV e comportamento do consumidor.
3. Canais e Técnicas de Promoção de Vendas: Promoções do produtor. Promoções do distribuidor. Promoção de vendas orientada para o consumidor. Tipos de promoções e rentabilidade.
4. Técnicas de Merchandising: Objetivos. Tipos de merchandising. A disposição e animação do espaço.
5. Materiais de Ponto de Venda e Operação de loja.
6. O Planeamento das promoções de venda e do merchandising.

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):

1. General concepts: Promotion; Merchandising. Advertising. Point of sale.
2. Fundamentals of Sales Promotion: Visual communication. PV and consumer behavior.
3. Sales Promotion Channels and Techniques: Producer promotions. Distributor promotions. Consumer-oriented sales promotion. Types of promotions and profitability.
4. Merchandising techniques: Objectives. Types of merchandising. Space layout and animation.
5. Point of sale materials and store operation.
6. Planning sales promotions and merchandising.

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

Os conteúdos programáticos estão em estreita ligação com os objetivos conforme se mostra na correspondência.

1. Conceitos gerais: Promoção. Merchandising. Publicidade. Ponto de venda. [O1, O2]
2. Fundamentos da Promoção de Vendas: Comunicação visual. PV e comportamento do consumidor. [O1, O2]
3. Canais e Técnicas de Promoção de Vendas: Promoções do produtor. Promoções do distribuidor. Promoção de vendas orientada para o consumidor. Tipos de promoções e rentabilidade. [O1, O2, O3]
4. Técnicas de Merchandising: Objetivos. Tipos de merchandising. A disposição e animação do espaço. [O4, O5, O6]
5. Materiais de Ponto de Venda e Operação de loja. [O6, O7, O8]
6. O Planeamento das promoções de venda e do merchandising. [O2, O3, O4, O5, O6, O7, O8]

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

The programme contents are closely linked to the objectives as shown in the correspondence.

1. General concepts: Promotion. Merchandising. Advertising. Point of sale. [O1, O2]
2. Fundamentals of Sales Promotion: Visual communication. PV and consumer behavior. [O1, O2]
3. Sales Promotion Channels and Techniques: Producer promotions. Distributor promotions. Consumer-oriented sales promotion. Types of promotions and profitability. [O1, O2, O3]
4. Merchandising techniques: Objectives. Types of merchandising. The layout and animation of the space. [O4, O5, O6]
5. Point of Sale materials and store operation. [O6, O7, O8]
6. Planning sales promotions and merchandising. [O2, O3, O4, O5, O6, O7, O8]

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

A metodologia articula-se entre as atividades a desenvolver em cada um dos momentos (síncrono a distância, presencial e autónomo pelos estudantes). As sessões síncronas a distância, utilizando principalmente metodologias expositivas e interrogativas, visam, sobretudo, os níveis taxonómicos associados ao conhecimento e à compreensão operacionalizadas através da apresentação e exploração dos conteúdos, enquanto as sessões presenciais, baseadas em metodologias ativas, visam o aprofundamento dos conteúdos proporcionando a aplicação, análise, reflexão e síntese de modo a atingir os objetivos de aprendizagem de cada um dos tópicos. A unidade curricular compreende ainda o estudo autónomo e tutoriais de apoio aos estudantes.

Síncrona a Distância:

M1. Metodologia expositiva: abordar os conceitos dos diferentes temas, seguindo-se o método demonstrativo na exemplificação práticas dos conteúdos e na resolução de exercícios de aplicação.

Presencial:

M2. Prática baseada na metodologia Aprendizagem Baseada em Projeto (ABP) visando encontrar solução para problemas identificados pelos estudantes ou propostos pelo docente. A componente de aplicação utilizará a plataforma RD Station.

Autónoma:

M3. Consolidação dos conteúdos lecionados em aula através de pesquisa de informação adicional sobre as diferentes temáticas abordadas e desenvolvimento de trabalho suplementar proposto pelo docente através da plataforma Moodle.

O docente dá feedback (Orientação Tutorial – OT) sobre os resultados obtidos pelo estudante na resolução dos problemas propostos, presencialmente em contexto de sala de aula ou a distância em modo assíncrono através da plataforma Moodle.

Complementarmente, os estudantes podem interagir com o tutor virtual Philix.ai integrado na plataforma LMS Moodle.

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

The methodology is articulated between the activities to be developed at each stage (synchronous distance, face-to-face and autonomous by the students). The synchronous distance sessions, using mainly expository and interrogative methodologies, are mainly aimed at the taxonomic levels associated with knowledge and understanding, operationalised through the presentation and exploration of the content, while the face-to-face sessions, based on active methodologies, are aimed at deepening the content by providing application, analysis, reflection and synthesis in order to achieve the learning objectives of each topic.

The course also includes self-study and tutorials to support students.

Synchronous Distance Learning:

M1. Expository methodology: covering the concepts of the different topics, followed by the demonstrative method in practical examples of the content and in solving application exercises.

Face-to-face:

M2. Practical work based on the Project-Based Learning (PBL) methodology, aimed at finding solutions to problems identified by the students or proposed by the lecturer. The application component will use the RD Station platform.

Autonomous:

M3. Consolidation of the content taught in class by researching additional information on the different topics covered and developing additional work proposed by the teacher using the Moodle platform.

The teacher gives feedback (Tutorial Guidance - OT) on the results obtained by the student in solving the proposed problems, in person in the classroom or remotely in asynchronous mode via the Moodle platform.

In addition, students can interact with the Philix.ai virtual tutor integrated into the Moodle LMS platform.

4.2.14. Avaliação (PT):

Avaliação Curricular (contínua):

A1. Trabalho prático (grupo). Consiste num relatório escrito complementado com apresentação e discussão.

A2. Teste teórico/prático (individual). Teste teórico no final do semestre.

A classificação final é calculada através da fórmula Classificação Final = $A1 \cdot 0,6 + A2 \cdot 0,4$.

O estudante é aprovado se obtiver classificação igual ou superior a 9,5 valores.

A classificação mínima na avaliação curricular (contínua) é a seguinte:

- Trabalho prático (grupo): 10 valores

- Teste teórico/prático – no final do semestre (individual): 8 valores.

A avaliação dos trabalhos práticos em grupo, inclui a avaliação individual dos estudantes que terá uma ponderação de 40% na classificação do estudante nessa componente.

Avaliação Final ou em Época de Recurso ou Época Especial (A):

Hipótese 1:

A2. Trabalho prático (grupo). O estudante participou no trabalho de grupo e obteve classificação positiva na componente individual: mantém a nota que será considerada nestas épocas de avaliação.

A1. Teste teórico/prático (individual). O estudante realiza este Teste escrito em qualquer das épocas em que se submeta a avaliação.

A classificação final é calculada através da seguinte fórmula: $A1 \cdot 0,6 + A2 \cdot 0,4$.

Hipótese 2:

O estudante não participou no trabalho de grupo ou participando obteve classificação negativa na componente de avaliação individual.

Avaliação Final, Avaliação em Época de Recurso/Especial (A): O estudante realiza o exame teórico-prático escrito ($A=100\%$) e é aprovado se obtiver uma classificação igual ou superior a 9,5 valores em 20.

4.2.14. Avaliação (EN):

Curricular assessment (continuous):

A1. Practical work (group) consisting of a written report complemented by a presentation and discussion.

A2. Theoretical/practical test (individual). Theoretical test at the end of the semester.

The final grade is calculated using the formula Final Grade = $A1 \cdot 0.6 + A2 \cdot 0.4$.

Students pass if they obtain a mark of 9.5 or more.

The minimum mark in the curricular assessment (continuous) is as follows:

- Practical work (group): 10 marks

- Theoretical/practical test – at the end of the semester (individual): 8 marks.

The assessment of group practical work includes individual student assessment, which will have a weighting of 40 per cent in the student's classification in this component.

Final assessment or in the Appeal Period or Special Period (A):

Hypothesis 1:

A2. Practical work (group). The student took part in the group work and obtained a positive mark in the individual component: he/she keeps the mark that will be taken into account in these assessment periods.

A1. Theoretical/practical test (individual). The student takes this written test in any of the assessment periods.

The final mark is calculated using the following formula: $A1 \cdot 0.6 + A2 \cdot 0.4$.

Hypothesis 2:

The student has not taken part in the group work or has obtained a negative mark in the individual assessment component.

Final Assessment, Assessment in Appeal/Special Season (A): The student takes the written theoretical-practical exam ($A=100\%$) and passes if they obtain a mark equal to or greater than 9.5 out of 20.

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

A coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da Unidade curricular é demonstrada através das seguintes relações:

O1. Apresentar os conceitos e teorias relacionadas com as promoções e merchandising. [M1, M2] – [A2] ou A]

O2. Identificar as ferramentas promocionais no contexto do mercado de consumo e de retalho. [M1, M2] – [A1, A2] ou A]

O3. Identificar os componentes de um plano promocional e de merchandising. [M1, M2, M3] – [A1, A2] ou A]

O4. Distinguir atividades de promoção e merchandising das demais vertentes de comunicação de mercado. [M1, M2, M3] – [A1, A2] ou A]

O5. Discutir as estratégias mais adequadas no contexto das promoções e merchandising. [M1, M2, M3] – [A1, A2] ou A]

O6. Aplicar a teoria relacionada com merchandising e promoções em lojas de retalho. [M1, M2, M3] – [A1, A2] ou A]

O7. Utilizar as ferramentas promocionais quando analisado o mercado de consumo e de retalho. [M1, M2, M3] – [A1, A2] ou A]

O8. Produzir um plano promocional e de merchandising coordenado com as restantes atividades de marketing. [M1, M2, M3] – [A1, A2] ou A]

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

The consistency of the teaching and assessment methodologies with the learning objectives of the curricular unit is demonstrated through the following relationships:

- O1. Present the concepts and theories related to promotions and merchandising. [M1, M2] - [A2] or A]*
- O2. Identify promotional tools in the context of the consumer and retail market. [M1, M2] - [A1, A2] or A]*
- O3. Identify the components of a promotional and merchandising plan. [M1, M2, M3] - [A1, A2] or A]*
- O4. Distinguish promotion and merchandising activities from other aspects of market communication. [M1, M2, M3] - [A1, A2] or A]*
- O5. Discuss the most appropriate strategies in the context of promotions and merchandising. [M1, M2, M3] - [A1, A2] or A]*
- O6. Apply theory related to merchandising and promotions in retail stores. [M1, M2, M3] - [A1, A2] or A]*
- O7. Use promotional tools when analyzing the consumer and retail market. [M1, M2, M3] - [A1, A2] or A]*
- O8. Produce a promotional and merchandising plan coordinated with other marketing activities. [M1, M2, M3] - [A1, A2] or A]*

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

Borje, R. P. (2021). Merchandising. ESIC Editorial.
Gitomer, J. (2023). A Bíblia das Vendas, O método clássico de vendas que funciona no mundo. Alma dos Livros.
Herrera, J. E. P. (2022). Merchandising, La Seducción En El Punto De Venta. ECOE EDICIONES
Matuzawa, C. L. (2024). Estratégias Projetuais Em Retail Design Store & Visual Merchandising, Conceitos E Técnicas. Editora Blucher.
Morgan, T. (2022). Visual Merchandising Fourth Edition, Window Displays, In-Store Experience. QUERCUS.

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

Borje, R. P. (2021). Merchandising. ESIC Editorial.
Gitomer, J. (2023). A Bíblia das Vendas, O método clássico de vendas que funciona no mundo. Alma dos Livros.
Herrera, J. E. P. (2022). Merchandising, La Seducción En El Punto De Venta. ECOE EDICIONES
Matuzawa, C. L. (2024). Estratégias Projetuais Em Retail Design Store & Visual Merchandising, Conceitos E Técnicas. Editora Blucher.
Morgan, T. (2022). Visual Merchandising Fourth Edition, Window Displays, In-Store Experience. QUERCUS.

4.2.17. Observações (PT):

Recursos específicos:

- Moodle: <https://moodle.ensinulusofona.pt/>*
- Plataforma Teams.*
- Internet, Biblioteca, bases de dados científicas.*
- Laboratório informático com ligação à internet e vídeo projetor.*
- Plataforma RD Station*

4.2.17. Observações (EN):

Specific resources:

- Moodle: <https://moodle.ensinulusofona.pt/>*
- Teams platform.*
- Internet, library, scientific databases.*
- Computer lab with internet connection and video projector.*
- RD Station platform*

Mapa III - Simulador de Marketing**4.2.1. Designação da unidade curricular (PT):**

Simulador de Marketing

4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):

Marketing Simulator

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

MKT

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (EN):*MKT***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):***125.0***4.2.5. Horas de contacto:***Presencial (P) - TP-9.0; PL-30.0; OT-1.0**Síncrona a distância (SD) - TP-3.0; OT-2.0***4.2.6. % Horas de contacto a distância:***11.11%***4.2.7. Créditos ECTS:***5.0***4.2.8. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular:***• Rui Manuel Robalo Frade - 25.0h***4.2.9. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:***• Jorge Manuel Gouveia Vieira - 20.0h***4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (PT):***Esta unidade curricular tem os seguintes objetivos de aprendizagem:**O1. Validar e aplicar conceitos e técnicas de marketing, nomeadamente segmentação de mercado, posicionamento, investimentos em canais e em publicidade, serviços de pós-vendas, fixação de preços, previsão de vendas, pesquisa de mercado, análise de concorrência, I&D e rentabilidade.**O2. Inteirar os/as estudantes sobre o processo da tomada de decisão de marketing.**O3. Potenciar a dinâmica do trabalho em equipa em ambientes competitivos.**O4. Trabalhar em equipa e tomada de decisão em contexto dinâmico e competitivo.**O5. Elaborar, implementar e adaptar estratégias de marketing num ambiente dinâmico de competição.**O6. Tomar decisões de marketing, incluindo: estratégias de portfólio, segmentação e posicionamento.**O7. Promover a tomada de decisão com base em factos, compreendendo as implicações financeiras das decisões de marketing.***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 has the following learning objectives:**O1. Validate and apply marketing concepts and techniques, namely market segmentation, positioning, investments in channels and advertising, after-sales services, pricing, sales forecasting, market research, competition analysis, R&D and profitability.**O2. To inform students about the marketing decision-making process.**O3. Enhance the dynamics of teamwork in competitive environments.**O4. Teamwork and decision-making in a dynamic and competitive context.**O5. Design, implement and adapt marketing strategies in a dynamic competitive environment.**O6. Marketing decision making, including: portfolio strategies, segmentation and positioning.**O7. Promote fact-based decision-making, understanding the financial implications of marketing decisions.*

4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):

1. Breve revisão sobre os Conceitos fundamentais de Marketing e a forma como os mesmo são abordados/trabalhados no simulador.
2. O Simulador Cesim – SimBrand
 - 2.1. Introdução ao simulador, apresentação dos menus e funcionalidades.
 - 2.2. Caracterização do caso associado à simulação.
 - 2.3. Análise das teorias e conceitos associados à simulação: compreensão do cliente, análise de mercado, análise competitiva, canais e distribuição, marketing-mix, análise financeira.
 - 2.4. Decisões no simulador e implementação da política de marketing na empresa.
 - 2.5. Análise dos resultados das decisões em oito anos sucessivos e sua discussão.
 - 2.6. Balanço do jogo e síntese da aprendizagem.

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):

1. A brief review of the fundamental concepts of marketing and how they are approached/worked with in the simulator.
2. The Cesim Simulator - SimBrand
 - 2.1 Introduction to the simulator, presentation of menus and functionalities.
 - 2.2 Characterization of the case associated with the simulation.
 - 2.3 Analysis of the theories and concepts associated with simulation: understanding the customer, market analysis, competitive analysis, channels and distribution, marketing mix, financial analysis.
 - 2.4 Decisions in the simulator and implementation of the company's marketing policy.
 - 2.5 Analysis of the results of decisions in eight successive years and discussion.
 - 2.6 Balance of the game and synthesis of learning.

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

Os conteúdos programáticos estão em estreita ligação com os objetivos conforme se mostra na correspondência.

1. Breve revisão sobre os conceitos fundamentais de Marketing e a forma como os mesmo são abordados/trabalhados no simulador [O1]
2. O Simulador Cesim – SimBrand [O2, O3, O4, O5, O6, O7]

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

The syllabus is closely linked to the objectives, as shown in the correspondence.

1. Brief review of the fundamental concepts of Marketing and how they are approached/worked with in the simulator [O1]
2. The Cesim Simulator - SimBrand [O2, O3, O4, O5, O6, O7]

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

Os métodos de ensino serão, maioritariamente, desenvolvidos em aulas práticas e laboratoriais com a realização de simulação / tomada de decisão de marketing no contexto Cesim. A unidade curricular compreende ainda tutorias de apoio aos estudantes na tomada de decisão e elaboração dos trabalhos de grupo.

Síncrona a Distância:

M1. Metodologia expositiva: abordar os conceitos dos diferentes temas, seguindo-se o método demonstrativo na exemplificação práticas dos conteúdos e decisões a tomar com a análise dos resultados de cada ronda.

Presencial:

M2. Aplicação prática: com o processo de tomada de decisão em cada ronda da simulação. Participação ativa, Trabalho colaborativo e exploração da dimensão competitiva associada ao jogo (Gamificação).

Autónoma:

M3. Consolidação dos conteúdos lecionados em aula através da análise da informação produzida na simulação e pesquisa de informação adicional sobre as diferentes temáticas abordadas.

O docente dará apoio e feedback (Orientação Tutorial – OT) sobre os resultados obtidos pelo(s) estudante(s) na simulação, presencialmente em contexto de sala de aula ou a distância em modo assíncrono através da plataforma Moodle.

Complementarmente, os estudantes podem interagir com o tutor virtual Philix.ai integrado na plataforma LMS Moodle.

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

The teaching methods will mainly be developed in practical and laboratory classes with the realisation of marketing simulations / decision-making in the Cesim context. The course also includes tutorials to help students make decisions and prepare group work.

Synchronous Distance Learning:

M1. Expository methodology: covering the concepts of the different topics, followed by the demonstrative method in practical examples of the content and decisions to be made by analysing the results of each round.

Face-to-face:

M2. Practical application: with the decision-making process in each round of the simulation. Active participation, collaborative work and exploration of the competitive dimension associated with the game (Gamification).

Autonomous:

M3. Consolidation of the content taught in class by analysing the information produced in the simulation and researching additional information on the different topics covered.

The teacher will provide support and feedback (Tutorial Guidance - OT) on the results obtained by the student(s) in the simulation, in person in the classroom or remotely in asynchronous mode via the Moodle platform.

In addition, students can interact with the Philix.ai virtual tutor integrated into the Moodle LMS platform.

4.2.14. Avaliação (PT):

Esta unidade curricular será avaliada em sistema de avaliação curricular (contínua):

A1. Trabalho prático (grupo). Resultados da simulação em ambiente competitivo.

A2. Relatório que integre o racional das decisões tomadas e o seu alinhamento às teorias e conceitos explorados (em grupo).

O estudante é aprovado se a classificação final for igual ou superior a 9,5 valores em 20.

A classificação final é calculada através da fórmula Classificação Final = $0,6 \cdot A1 + 0,4 \cdot A2$.

A classificação mínima na avaliação curricular (continua) a aplicar é a seguinte:

A1. Trabalho prático (grupo): 10 valores.

A2. Relatório: 10 valores.

A avaliação dos trabalhos em grupo, inclui a avaliação individual dos estudantes que terá uma ponderação de 40% na classificação do estudante nessa componente.

Avaliação Final ou Avaliação em Época de Recurso e Época Especial (A): O estudante realiza o exame completo (A=100%) e é aprovado se obtiver uma classificação igual ou superior a 9,5 valores em 20. O Exame será baseado na análise de um caso de estudo e aplicação / explanação dos conceitos definidos no ponto 1 dos conteúdos programáticos.

4.2.14. Avaliação (EN):

This curricular unit will be assessed using a curricular assessment system (continuous):

A1. Practical work (group). Simulation results in a competitive environment.

A2. Report integrating the rationale behind the decisions taken and their alignment with the theories and concepts explored (in groups).

The student passes if the final grade is equal to or higher than 9.5 out of 20.

The final grade is calculated using the formula Final Grade = $0.6 \cdot A1 + 0.4 \cdot A2$.

The minimum score in the curricular assessment (continuous) to be applied is as follows:

A1. Practical work (group): 10 points.

A2. Report: 10 points.

The assessment of group work includes the individual assessment of students, which will have a weighting of 40% in the student's classification in this component.

Final Assessment or Assessment in Season of Appeal and Special Season (A): The student takes the full exam (A=100%) and is approved if they obtain a equal to or greater than 9.5 out of 20. The Exam will be based on the analysis of a case study and the application/explanation of the concepts defined in point 1 of the syllabus.

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

A coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da Unidade curricular é demonstrada através das seguintes relações:

- O1. Validar e aplicar conceitos e técnicas de marketing, nomeadamente segmentação de mercado, posicionamento, investimentos em canais e em publicidade, serviços de pós-vendas, fixação de preços, previsão de vendas, pesquisa de mercado, análise de concorrência, I&D e rentabilidade. [M1, M2, M3] - [A1 e A2] ou [A]
- O2. Inteirar os/as estudantes sobre o processo da tomada de decisão de marketing. [M1, M2, M3] - [A1 e A2] ou [A]
- O3. Potenciar a dinâmica do trabalho em equipa em ambientes competitivos. [M1, M2, M3] - [A1 e A2] ou [A]
- O4. Trabalho em equipa e tomada de decisão em contexto dinâmico e competitivo. [M1, M2, M3] - [A1 e A2] ou [A]
- O5. Elaborar, implementar e adaptar estratégias de marketing num ambiente dinâmico de competição. [M1, M2, M3] - [A1 e A2] ou [A]
- O6. Tomar de decisões de marketing, incluindo: estratégias de portfólio, segmentação e posicionamento. [M1, M2, M3] - [A1 e A2] ou [A]
- O7. Promover a tomada de decisão com base em factos, compreendendo as implicações financeiras das decisões de marketing. [M1, M2, M3] - [A1 e A2] ou [A]

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

The consistency of the teaching and assessment methodologies with the learning objectives of the curricular unit is demonstrated through the following relationships:

- O1. Validate and apply marketing concepts and techniques, namely market segmentation, positioning, investments in channels and advertising, after-sales services, pricing, sales forecasting, market research, competition analysis, R&D and profitability. [M1, M2, M3] - [A1 and A2] or [A]
- O2. To inform students about the marketing decision-making process. [M1, M2, M3] - [A1 and A2] or [A]
- O3. Enhancing the dynamics of teamwork in competitive environments. [M1, M2, M3] - [A1 and A2] or [A]
- O4. Teamwork and decision-making in a dynamic and competitive context. [M1, M2, M3] - [A1 and A2] or [A]
- O5. Design, implement and adapt marketing strategies in a dynamic competitive environment. [M1, M2, M3] - [A1 and A2] or [A]
- O6. Marketing decision making, including: portfolio strategies, segmentation and positioning. [M1, M2, M3] - [A1 and A2] or [A]
- O7. Promote fact-based decision-making, understanding the financial implications of marketing decisions. [M1, M2, M3] - [A1 and A2] or [A]

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

CESIM (2021), SIMBRAND Decision-making Guide.
CESIM (2019), SIMBRAND Marketing research.
CESIM (2021), SIMBRAND Case description.
Kotler, P., Keller, K.L & Chernev, A. (2022). Marketing Management (16ª ed.). Hoboken, NJ: Pearson Education.

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

CESIM (2021), SIMBRAND Decision-making Guide.
CESIM (2019), SIMBRAND Marketing research.
CESIM (2021), SIMBRAND Case description.
Kotler, P., Keller, K.L & Chernev, A. (2022). Marketing Management (16th ed.). Hoboken, NJ: Pearson Education.

4.2.17. Observações (PT):

Recursos específicos:

- Moodle: <https://moodle.ensinulusofona.pt/>
- Plataforma Teams.
- Internet, Biblioteca, bases de dados científicas.
- Laboratórios informáticos com ligação à internet e vídeo projetor.
- Plataforma simulador CESIM.

4.2.17. Observações (EN):

Specific resources:

- Moodle: <https://moodle.ensinulusofona.pt/>
- Teams platform.
- Internet, library, scientific databases.
- Computer labs with internet connection and video projector.
- CESIM simulator platform.

4.3. Unidades Curriculares (opções)

Mapa IV - Opção (A escolher entre as UC indicadas ou outra aprovada pelo Conselho Técnico-Científico)

4.3.1. Designação da unidade curricular (PT):

Opção (A escolher entre as UC indicadas ou outra aprovada pelo Conselho Técnico-Científico)

4.3.1. Designação da unidade curricular (EN):

Option

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

GAD

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

MAD

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):

100.0

4.3.5. Horas de contacto:

4.3.6. % Horas de contacto a distância:

[sem resposta]

4.3.7. Créditos ECTS:

4.0

4.3.8. Unidades Curriculares filhas:

- *Gestão da Qualidade - 4.0 ECTS*
- *Gestão de Projetos - 4.0 ECTS*

4.3.9. Observações (PT):

Optativa (A escolher entre a UC indicada ou outra aprovada pelo Conselho Técnico-Científico.).

4.3.9. Observações (EN):

[sem resposta]

Mapa IV - Projeto Aplicado/Estágio

4.3.1. Designação da unidade curricular (PT):

Projeto Aplicado/Estágio

4.3.1. Designação da unidade curricular (EN):

Applied Project/Internship

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

MKT

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

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):
300.0

4.3.5. Horas de contacto:

4.3.6. % Horas de contacto a distância:
[sem resposta]

4.3.7. Créditos ECTS:
12.0

4.3.8. Unidades Curriculares filhas:
• Estágio - 12.0 ECTS
• Projeto Aplicado - 12.0 ECTS

4.3.9. Observações (PT):
[sem resposta]

4.3.9. Observações (EN):
[sem resposta]

4.4. Plano de Estudos

Mapa V - Percurso 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):
Percurso 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 Route

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
Gestão das Organizações	GAD	Semestral 1ºS	150.0	P: OT-3.0; TP-42.0 SD: OT-3.0; TP-12.0	25.00%		Não	6.0
Informática Aplicada ao Marketing	INF	Semestral 1ºS	150.0	P: OT-1.0; PL-33.0 SD: OT-2.0; TP-9.0	24.44%		Não	6.0

Apresentação do pedido | Novo ciclo de estudos

Inglês	LLE	Semestral 1ºS	125.0	P: OT-1.0; PL-0.0; TP-33.0 SD: OT-2.0; TP-9.0	24.44%		Não	5.0
Introdução ao Marketing	MKT	Semestral 1ºS	175.0	P: OT-3.0; TP-42.0 SD: OT-3.0; TP-12.0	25.00%		Não	7.0
Métodos Quantitativos	MAT	Semestral 1ºS	150.0	P: OT-1.0; PL-15.0; TP-18.0 SD: OT-2.0; TP-9.0	24.44%		Não	6.0
Comunicação de Marketing	MKT	Semestral 2ºS	125.0	P: OT-1.0; PL-12.0; TP-21.0 SD: OT-2.0; TP-9.0	24.44%		Não	5.0
Economia da Empresa	GAD	Semestral 2ºS	125.0	P: OT-1.0; TP-33.0 SD: OT-2.0; TP-9.0	24.44%		Não	5.0
Estudos de Mercado	MKT	Semestral 2ºS	125.0	P: OT-1.0; PL-15.0; TP-18.0 SD: OT-2.0; TP-9.0	24.44%		Não	5.0
Gestão de Pessoas nas Organizações	GAD	Semestral 2ºS	125.0	P: OT-1.0; TP-33.0 SD: OT-2.0; TP-9.0	24.44%		Não	5.0
Gestão de Preço e do Produto	MKT	Semestral 2ºS	125.0	P: OT-1.0; PL-12.0; TP-21.0 SD: OT-2.0; TP-9.0	24.44%		Não	5.0
Métodos de Investigação	CSC	Semestral 2ºS	125.0	P: OT-1.0; TP-33.0 SD: OT-2.0; TP-9.0	24.44%		Não	5.0
Total: 11								

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 do Consumidor	MKT	Semestral 1ºS	100.0	P: OT-1.0; TP-21.0 SD: OT-1.0; TP-7.0	26.67%		Não	4.0
Comunicação Visual e Design	AUV	Semestral 1ºS	125.0	P: OT-1.0; PL-18.0; TP-15.0 SD: OT-2.0; TP-9.0	24.44%		Não	5.0
Contabilidade Financeira	GAD	Semestral 1ºS	150.0	P: OT-3.0; PL-18.0; TP-24.0 SD: OT-3.0; TP-12.0	25.00%		Não	6.0
Direito do Marketing	DIR	Semestral 1ºS	125.0	P: OT-1.0; TP-33.0 SD: OT-2.0; TP-9.0	24.44%		Não	5.0
Estatística Aplicada ao Marketing	MAT	Semestral 1ºS	125.0	P: OT-1.0; PL-15.0; TP-18.0 SD: OT-2.0; TP-9.0	24.44%		Não	5.0
Gestão e Negociação Comercial	GAD	Semestral 1ºS	125.0	P: OT-1.0; TP-33.0 SD: OT-2.0; TP-9.0	24.44%		Não	5.0
Comércio Eletrónico	MKT	Semestral 2ºS	125.0	P: OT-1.0; PL-15.0; T-0.0; TP-18.0 SD: OT-2.0; T-0.0; TP-9.0	24.44%		Não	5.0
Contabilidade de Gestão	GAD	Semestral 2ºS	125.0	P: OT-1.0; PL-15.0; TP-18.0 SD: OT-2.0; TP-9.0	24.44%		Não	5.0

Apresentação do pedido | Novo ciclo de estudos

Estratégia e Planeamento Empresarial	GAD	Semestral 2ºS	125.0	P: OT-1.0; TP-33.0 SD: OT-2.0; TP-9.0	24.44%		Não	5.0
Marketing Internacional	MKT	Semestral 2ºS	125.0	P: OT-1.0; PL-12.0; TP-21.0 SD: OT-2.0; TP-9.0	24.44%		Não	5.0
Marketing Relacional	MKT	Semestral 2ºS	125.0	P: OT-1.0; PL-15.0; TP-18.0 SD: OT-2.0; TP-9.0	24.44%		Não	5.0
Promoções e Merchandising	MKT	Semestral 2ºS	125.0	P: OT-1.0; PL-12.0; TP-21.0 SD: OT-2.0; TP-9.0	24.44%		Não	5.0
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
Gestão Financeira	GAD	Semestral 1ºS	125.0	P: OT-1.0; PL-12.0; TP-21.0 SD: OT-2.0; TP-9.0	24.44%		Não	5.0
Inteligência Artificial aplicada ao Marketing	INF	Semestral 1ºS	125.0	P: OT-1.0; PL-18.0; TP-15.0 SD: OT-2.0; TP-9.0	24.44%		Não	5.0
Logística e Distribuição	GAD	Semestral 1ºS	125.0	P: OT-1.0; PL-12.0; TP-21.0 SD: OT-2.0; TP-9.0	24.44%		Não	5.0
Marketing de Serviços	MKT	Semestral 1ºS	125.0	P: OT-1.0; PL-12.0; TP-21.0 SD: OT-2.0; TP-9.0	24.44%		Não	5.0
Marketing Digital	MKT	Semestral 1ºS	125.0	P: OT-1.0; PL-15.0; TP-18.0 SD: OT-2.0; TP-9.0	24.44%		Não	5.0
Marketing Estratégico	MKT	Semestral 1ºS	125.0	P: OT-1.0; PL-12.0; TP-21.0 SD: OT-2.0; TP-9.0	24.44%		Não	5.0
Gestão de Marcas	MKT	Semestral 2ºS	125.0	P: OT-1.0; PL-9.0; TP-24.0 SD: OT-2.0; TP-9.0	24.44%		Não	5.0
Inovação e Empreendedorismo	GAD	Semestral 2ºS	100.0	P: OT-1.0; PL-9.0; TP-24.0 SD: OT-2.0; TP-9.0	24.44%		Não	4.0
Opção (A escolher entre as UC indicadas ou outra aprovada pelo Conselho Técnico-Científico)	GAD	Semestral 2ºS	100.0			UC de Opção	Não	4.0
Projeto Aplicado/Estágio	MKT	Semestral 2ºS	300.0			UC de Opção	Não	12.0
Simulador de Marketing	MKT	Semestral 2ºS	125.0	P: OT-1.0; PL-30.0; TP-9.0 SD: OT-2.0; TP-3.0	11.11%		Não	5.0
Total: 11								

4.5. Metodologias e Fundamentação

4.5.1.1. Justificar o desenho curricular. (PT)

A estrutura proposta para este ciclo de estudos de licenciatura em Marketing assenta num conjunto de unidades curriculares que se integram e complementam, proporcionando uniformidade e coerência. Relativamente ao aspeto científico, o desenvolvimento curricular tem em conta a sequência pedagógica visando, no primeiro ano, a construção de conhecimentos de base (matemática, informática) e das áreas científicas fundamentais do ciclo de estudos (marketing e gestão e administração) complementados pela introdução dos métodos de investigação e pesquisa fundamentais para, desde o início do ciclo de estudos, se introduzirem os estudantes nas atividades de investigação.

O ciclo de estudos é evolutivo aumentando progressivamente o nível de especialização e de praticidade das unidades curriculares, com componentes de prática laboratorial e de experimentação e culminando com uma unidade curricular de projeto aplicado ou estágio onde os conceitos e modelos aprendidos ao longo do ciclo de estudos podem ser pensados, estruturados, experimentados e investigados.

Todo o desenho curricular é pensado tendo em consideração o facto de se tratar de um 1º ciclo de estudos (licenciatura), orientado para componentes de ensino-aprendizagem suportadas em metodologias ativas, nomeadamente, resolução de problemas e projetos (Project-based learning e problem-based learning - PBL), gamificação, aula invertida, casos de estudo, conforme se descreve noutros campos desta proposta.

A articulação entre as atividades presenciais e as sessões síncronas a distância é assegurada quer pelo modelo pedagógico proposto (adotado na IES), quer pela sua operacionalização. Assim, as sessões síncronas a distância visam, sobretudo, os níveis taxonómicos associados ao conhecimento e à compreensão, proporcionando o primeiro contacto dos estudantes com os conteúdos. As sessões presenciais destinam-se a aprofundar os conhecimentos adquiridos e o desenvolvimento e aprofundamento das competências dos estudantes, assegurando-se a respetiva articulação de modo a atingir os objetivos de aprendizagem.

Compete aos docentes em articulação com a coordenação do CE, definir, no desenvolvimento do currículo das respetivas unidades curriculares, os momentos de realização das sessões síncronas a distâncias as quais serão devidamente explicitadas no horário das atividades letivas distribuído aos estudantes.

A estrutura curricular articula-se, ainda, com as necessidades dos estudantes, das empresas e do mercado no seu global, procurando dar resposta a uma necessidade de qualificação de especialistas em marketing, tendo por base a análise de ciclos de estudos similares do mesmo nível de ensino quer no espaço nacional quer europeu.

Assim, o desenho curricular corresponde aos desafios atuais de uma área em constante evolução como o Marketing.

4.5.1.1. Justificar o desenho curricular. (EN)

The structure proposed for this degree programme in Marketing is based on a set of curricular units that integrate and complement each other, providing uniformity and coherence. With regard to the scientific aspect, the curriculum development takes into account the pedagogical sequence aimed, in the first year, at building basic knowledge (maths, IT) and the fundamental scientific areas of the study cycle (marketing and management and administration) complemented by the introduction of research methods and fundamental research to introduce students to research activities from the beginning of the study cycle.

The cycle of studies is evolutionary, progressively increasing the level of specialisation and practicality of the curricular units, with laboratory practice and experimentation components and culminating in an applied project or internship curricular unit where the concepts and models learned throughout the cycle of studies can be thought out, structured, experimented with and investigated.

The entire curriculum is designed taking into account the fact that this is a 1st cycle of studies (bachelor's degree), orientated towards teaching-learning components supported by active methodologies, namely problem-solving and projects (project-based learning and problem-based learning - PBL), gamification, flipped classroom, case studies, as described elsewhere in this proposal. The link between face-to-face activities and synchronous distance sessions is ensured both by the proposed pedagogical model (adopted at the HEI) and by its operationalisation. Thus, the synchronous distance learning sessions are mainly aimed at the taxonomic levels associated with knowledge and understanding, providing students with their first contact with the content. The face-to-face sessions are designed to deepen the knowledge acquired and to develop and deepen the students' competences, ensuring that they are articulated in such a way as to achieve the learning objectives.

It is the responsibility of the teachers, in conjunction with the coordination of the EC, to define, in the development of the curriculum of the respective curricular units, the times when the synchronous distance sessions will be held, which will be duly explained in the timetable of teaching activities distributed to the students.

The curricular structure is also articulated with the needs of students, companies and the market as a whole, seeking to respond to the need for qualified marketing specialists, based on an analysis of similar study programmes at the same level of education in both Portugal and Europe.

As such, the curriculum design meets the current challenges of a constantly evolving area such as Marketing.

4.5.1.2. Percentagem de créditos ECTS de unidades curriculares lecionadas predominantemente a distância.

0.0

4.5.2.1.1. Modelo pedagógico que constitui o referencial para a organização do processo de ensino e aprendizagem das unidades curriculares (PT)

O modelo pedagógico que constitui o referencial para a organização do processo de ensino e aprendizagem definido para este ciclo de estudos, é suportado em treze princípios fundamentais dos quais se destacam os seguintes aspetos:

a) Atividades que serão realizadas e as formas de articulação das atividades.

A presente proposta, apesar de se tratar de uma oferta presencial, incluiu uma componente de ensino síncrono a distância por se considerar que esta opção favorece a implementação de um modelo centrado no estudante o qual implica que todas as fases do processo sejam desenvolvidas à medida das suas necessidades, interesses e disponibilidade. A metodologia proposta para cada uma das unidades curriculares inclui o planeamento e a articulação entre as atividades a desenvolver em cada um dos momentos (síncrono a distância, presencial e autónomo pelos estudantes). As propostas de atividades autónomas, enquanto complemento dos momentos síncronos a distância e presenciais, pretendem dar aos estudantes a oportunidade de desenvolver o seu processo de aprendizagem de acordo com os seus interesses e disponibilidades. As tecnologias educativas são elementos essenciais para a criação de modelos interativos, dinâmicos, flexíveis e colaborativos.

b) Responsabilidades de docentes, estudantes e outros intervenientes na dinâmica de ensino/aprendizagem.

A adoção de um modelo centrado no estudante implica que todas as fases do processo (definição de conteúdos, recursos, sequência de aprendizagem, etc.) sejam desenvolvidas à medida das necessidades, interesses e disponibilidade dos estudantes. Os estudantes são incentivados a envolverem-se ativamente na construção do conhecimento através de atividades práticas, discussões em grupo, resolução de problemas, projetos colaborativos, entre outras estratégias.

O estilo de ensino adotado pelo professor deve ser centrado no estudante e no processo de aprendizagem nos quais a dimensão interação nas suas várias vertentes (estudante-conteúdos, estudante-estudante e estudante-professor) é essencial para o sucesso do processo ensino-aprendizagem.

c) Ferramentas de trabalho

A utilização de recursos digitais será definida tendo por base a necessidade e importância dos mesmos no contexto do ciclo de estudos. As ferramentas de trabalho específicas de cada uma das unidades curriculares são identificadas nas respetivas UC (campo Observações). As ferramentas de utilização geral e universal são as seguintes:

(1) Plataforma Teams. A videoconferência compreende um conjunto de tecnologias de comunicação interativa, que permitem a colaboração simultânea entre dois ou mais locais, através da transmissão de vídeo e áudio. A videoconferência é adequada a todas as situações de colaboração em tempo real em que dois ou mais participantes se encontrem separados geograficamente. Diversas atividades podem obter vantagens desta tecnologia das quais se destacam: seminários ou outros eventos com orador em local remoto, aulas a distância (sessões síncronas), sessões de orientação tutorial, etc.

(2) Plataforma Moodle. Esta plataforma de gestão de ensino e de aprendizagem (plataforma de e-learning), utilizada na IES, permite a gestão e distribuição de conteúdos académicos, bem como outras funcionalidades de comunicação e avaliação, entrega de trabalhos aos docentes, entre outras, complementando as atividades desenvolvidas presencialmente. Esta ferramenta pode suportar modelos pedagógicos desenvolvidos num ambiente de trabalho tecnologicamente avançado, o que permite uma forte interação entre o(s) docente(s) e estudante(s), promovendo a aprendizagem cooperativa como metodologia na aquisição e avaliação formativa de conhecimentos. Na plataforma de e-learning (Moodle) são obrigatoriamente disponibilizados os materiais de apoio às diferentes UC.

(3) VPN. Permite aceder a partir de qualquer lugar, onde se disponha de ligação à internet, aos recursos da IES através de VPN (Virtual Private Networking), estabelecendo uma ligação segura em túnel entre o dispositivo de acesso e a rede da IES. Ao estabelecer uma ligação privada virtual (VPN), o dispositivo de acesso comporta-se como se estivesse ligado fisicamente na instituição. Dessa forma, os estudantes, docentes e investigadores podem aceder a serviços cuja subscrição depende de os acessos serem realizados usando um endereço IP atribuído à IES. Esta funcionalidade permite que todos os estudantes, independentemente de onde fisicamente se encontram, tenham acesso aos serviços digitais subscritos.

(4) Secretaria virtual (NETPA). Permite aos utentes certificados - estudantes, docentes, investigadores, funcionários e candidatos, utilizar diversos serviços e funcionalidades de forma a simplificar o quotidiano de todos aqueles que estudam ou trabalham. O NETPA disponibiliza aos seus utilizadores funcionalidades como por exemplo, assiduidade de estudantes, gestão de sumários, lançamento de notas, candidaturas, horários, inscrições, propinas, reserva de salas, entre outras.

(5) Ferramentas de Integridade académica. Em complemento dos regulamentos em vigor, estão disponíveis integrados no Moodle, o Turnitin para deteção de similaridades e o CopyLeaks para detetar a escrita com recurso a ferramentas de IA Generativa.

(6) Office 365 e outras aplicações. Todos os estudantes têm acesso às licenças Campus disponíveis em igualdade de circunstâncias.

d) Procedimentos, ferramentas de trabalho e dinâmicas de interação entre docentes e estudantes e entre estudantes.

A plataforma LMS Moodle suporta modelos pedagógicos desenvolvidos num ambiente de trabalho tecnologicamente avançado, o que permite uma forte interação entre o(s) docente(s) e estudante(s), promovendo a aprendizagem cooperativa como metodologia na aquisição e avaliação de conhecimentos.

O desenvolvimento de atividades colaborativas, facilitadas pelo professor e sustentadas na interação que se estabelece, principalmente, entre estudante-professor e estudante-estudante, constituem características essenciais para a concretização de um processo ensino-aprendizagem eficaz.

e) Procedimentos e critérios de avaliação das atividades de aprendizagem.

Os critérios de avaliação das aprendizagens são os seguintes:

(1) Nota mínima. A classificação mínima a aplicar de forma transversal a todas as UC em que se verifique a existência de mais do que uma componente de avaliação: a) Portfólio/trabalhos e exercícios de aula: 10 valores; b) Trabalho prático em grupo ou individual: 10 valores; c) Testes intermédios: 6 valores; e) Testes finais: 8 valores.

(2) Utilização/validade da avaliação. Adota-se o princípio da utilização de avaliações obtidas em Trabalhos individuais ou em grupo, realizados na avaliação Contínua, como elemento da Avaliação Final e/ou na Avaliação em Época de Recurso/Especial desde que essas classificações sejam positivas.

(3) Avaliação individual na realização de trabalhos ou atividade em grupo. A avaliação dos trabalhos de grupo incluirá sempre uma componente de avaliação individual de cada um dos membros do grupo (incluindo a avaliação por pares) a qual terá uma ponderação mínima de 40% na avaliação final.

(4) Número de elementos em trabalhos ou atividades em grupo. O número máximo de elementos em trabalhos ou atividades em grupo é de três estudantes.

(5) As atividades de avaliação sumativa decorrem em regime presencial.

f) Procedimentos, ferramentas e dinâmicas de avaliação.

Os processos de avaliação serão presenciais e de forma contínua, recorrendo a modelos de avaliação variados que podem ir desde a apresentação e discussão de trabalhos temáticos, passando pela apresentação de projetos, ou pela avaliação através de frequência ou exame escrito ou oral. Os trabalhos (individuais ou em grupo) serão submetidos pelos estudantes na plataforma Moodle com verificação de similaridades (Turnitin) e de escrita com IA generativa (Copyleaks).

g) Estratégias de promoção da inclusão digital dos estudantes e da sua preparação para a participação nas atividades da componente de ensino/aprendizagem a distância.

Para assegurar a inclusão digital dos estudantes são realizadas sessões iniciais de adaptação/familiarização com as tecnologias educativas. Por forma a facilitar a apropriação das ferramentas pelos estudantes, a equipa docente utilizará estratégias idênticas para o desenvolvimento das atividades síncronas a distância.

Serão disponibilizados tutoriais de apoio ao uso dos meios tecnológicos e todas as informações consideradas relevantes para apoiar os docentes e os estudantes neste contexto. Os serviços de apoio, assegurarão que todos os docentes e estudantes do CE dispõem de credenciais de acesso a todos os recursos digitais partilhados (plataformas NETPA, Moodle, plataforma Teams, plataformas e sistemas específicos) de modo a desenvolverem de forma eficaz as atividades letivas.

4.5.2.1.1. Modelo pedagógico que constitui o referencial para a organização do processo de ensino e aprendizagem das unidades curriculares (EN)

The pedagogical model that constitutes the benchmark for organising the teaching and learning process defined for this cycle of studies is based on thirteen fundamental principles, of which the following aspects stand out:

a) Activities that will be carried out and the ways in which these activities will be articulated.

Despite being a face-to-face course, this proposal includes a synchronous distance learning component because it is considered that this option favours the implementation of a student-centred model which implies that all phases of the process are developed according to the student's needs, interests and availability. The methodology proposed for each of the curricular units includes planning and articulating the activities to be carried out at each stage (synchronous distance learning, face-to-face and autonomous by the students). The proposals for autonomous activities, as a complement to the synchronous distance and face-to-face moments, are intended to give students the opportunity to develop their learning process according to their interests and availability. Educational technologies are essential elements for creating interactive, dynamic, flexible and collaborative models.

b) Responsibilities of teachers, students and others involved in the teaching/learning dynamic.

Adopting a student-centred model implies that all phases of the process (definition of content, resources, learning sequence, etc.) are tailored to the needs, interests and availability of the students. Students are encouraged to become actively involved in the construction of knowledge through practical activities, group discussions, problem-solving, collaborative projects, among other strategies.

The teaching style adopted by the teacher must be centred on the student and the learning process in which the interaction dimension in its various aspects (student-content, student-student and student-teacher) is essential for the success of the teaching-learning process.

c) Work tools

The use of digital resources will be defined on the basis of their need and importance in the context of the study cycle. The specific work tools for each of the curricular units are identified in the respective CUs (Observations field). The tools for general and universal use are as follows:

(1) Teams Platform. Videoconferencing comprises a set of interactive communication technologies that allow simultaneous collaboration between two or more locations through video and audio transmission. Videoconferencing is suitable for all real-time collaboration situations in which two or more participants are separated geographically. Various activities can take advantage of this technology, including: seminars or other events with a speaker in a remote location, distance learning classes (synchronous sessions), tutorials, etc.

(2) Moodle Platform. This teaching and learning management platform (e-learning platform), used at the HEI, allows for the management and distribution of academic content, as well as other communication and assessment functionalities, delivery of work to lecturers, among others, complementing the activities carried out in person. This

tool can support pedagogical models developed in a technologically advanced work environment, which allows for strong interaction between lecturer(s) and student(s), promoting co-operative learning as a methodology in the acquisition and formative assessment of knowledge. The e-learning platform (Moodle) provides the support materials for the different courses.

(3) VPN. Allows access to HEI resources from anywhere with an internet connection via VPN (Virtual Private Networking), establishing a secure tunnelled connection between the access device and the HEI network. By establishing a virtual private connection (VPN), the access device behaves as if it were physically connected to the institution. In this way, students, teachers and researchers can access services whose subscription depends on access being carried out using an IP address assigned to the HEI. This functionality allows all students, regardless of where they are physically located, to access the subscribed digital services.

(4) Virtual secretary (NETPA). Allows certified users - students, teachers, researchers, staff and candidates - to use various services and functionalities in order to simplify the daily lives of all those who study or work. NETPA provides its users with functionalities such as student attendance, summary management, grade posting, applications, timetables, enrolment, tuition fees, room reservations, among others.

(5) Academic integrity tools. In addition to the regulations in force, Turnitin for detecting similarities and CopyLeaks for detecting writing using Generative AI tools are available integrated into Moodle.

(6) Office 365 and other applications. All students have equal access to the Campus licences available.

d) Procedures, work tools and interaction dynamics between teachers and students and between students.

The Moodle LMS platform supports pedagogical models developed in a technologically advanced work environment, which allows for strong interaction between lecturer(s) and student(s), promoting co-operative learning as a methodology for acquiring and assessing knowledge.

The development of collaborative activities, facilitated by the teacher and based on the interaction that is established mainly between student-teacher and student-student, are essential characteristics for the realisation of an effective teaching-learning process.

e) Assessment procedures and criteria for learning activities.

The learning assessment criteria are as follows:

(1) Minimum grade. The minimum mark to be applied across the board to all CUs in which there is more than one assessment component: a) Portfolio/work and class exercises: 10 marks; b) Practical group or individual work: 10 marks; c) Intermediate tests: 6 marks; e) Final tests: 8 marks.

(2) Use/validity of assessment. The principle is adopted of using marks obtained in individual or group work, carried out in Continuous Assessment, as part of the Final Assessment and/or in the Assessment in Appeal/Special Season, provided that these marks are positive.

(3) Individual assessment when carrying out group work or activities. The assessment of group work will always include a component of individual assessment of each member of the group (including peer assessment) which will have a minimum weighting of 40 per cent in the final assessment.

(4) Number of elements in group work or activities. The maximum number of elements in group work or activities is three students.

(5) Summative assessment activities take place in person.

f) Assessment procedures, tools and dynamics.

The assessment processes will be face-to-face and continuous, using a variety of assessment models that can range from the presentation and discussion of thematic work, to the presentation of projects, or assessment through attendance or written or oral exams. Work (individual or group) will be submitted by students on the Moodle platform with similarity checking (Turnitin) and generative AI writing (Copyleaks).

g) Strategies to promote the digital inclusion of students and their preparation for participation in the activities of the distance teaching/learning component.

To ensure students' digital inclusion, initial adaptation/familiarisation sessions are held with educational technologies. In order to make it easier for students to use the tools, the teaching team will use identical strategies for the development of synchronous distance activities.

Tutorials will be made available to support the use of technological means and all the information deemed relevant to support teachers and students in this context. The support services will ensure that all EC teachers and students have access credentials to all shared digital resources (NETPA platforms, Moodle, Teams platform, specific platforms and systems) in order to carry out teaching activities effectively.

4.5.2.1.2. Anexos do modelo pedagógico

[Modelo_Pedagógico_ISLA IP.pdf](#)

4.5.2.1.3. Adequação das metodologias de ensino e aprendizagem aos objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências) definidos para o ciclo de estudos.(PT)

O 1º ciclo de estudos em Marketing orienta-se para o mercado de trabalho especializado e qualificado e para as mais inovadoras técnicas e métodos que a investigação proporciona. As metodologias descritas nas respetivas UC, adequam-se aos objetivos do CE e a cada um dos momentos do processo de ensino-aprendizagem, procurando-se fomentar a participação dos estudantes em tarefas de natureza variada que enquadrarão a abordagem dos diferentes conteúdos das UC.

Orientam-se e estimulam-se os estudantes para o desenvolvimento de atividades substantivas, ancoradas nas práticas pedagógicas ativas desenvolvidas ao longo do CE de modo a proporcionar a aquisição de aprendizagens

Apresentação do pedido | Novo ciclo de estudos

profundas e duradouras.

Complementarmente, promover-se-ão abordagens metodológicas onde os estudantes são incentivados e estimulados a intervir e participar de forma crítica, nos diferentes momentos do processo.

4.5.2.1.3. Adequação das metodologias de ensino e aprendizagem aos objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências) definidos para o ciclo de estudos. (EN)

The 1st cycle of studies in Marketing is geared towards the specialised and qualified labour market and the most innovative techniques and methods provided by research. The methodologies described in the respective courses are adapted to the objectives of the programme and to each stage of the teaching-learning process, seeking to encourage student participation in tasks of a varied nature that will frame the approach to the different contents of the courses.

Students will be guided and encouraged to develop substantive activities, anchored in the active pedagogical practices developed throughout the course, in order to provide the acquisition of deep and lasting learning.

In addition, methodological approaches will be promoted in which students are encouraged and stimulated to intervene and participate critically at different points in the process.

4.5.2.1.4. Identificação das formas de garantia da justeza, fiabilidade e acessibilidade das metodologias e dos processos de avaliação (PT)

Um dos princípios que rege o modelo pedagógico de referência para o ensino e aprendizagem é o da inclusão, aliado aos restantes princípios já identificados. Assim, aposta-se num modelo inclusivo no que diz respeito às diferentes necessidades dos estudantes (e.g. educativa, inclusão digital, tecnológica).

Pretende-se que o processo de avaliação seja um processo equitativo e maioritariamente formativo, em linha com as metodologias ativas de aprendizagem. A avaliação da maioria das UC procurará contar com uma componente formativa, bem como uma componente sumativa realizada de acordo com os regulamentos em vigor na IES, os quais preveem todos os procedimentos a observar na avaliação, incluindo aqueles que permitem aos estudantes verificar a justeza e clareza da classificação atribuída, ou aqueles a que os estudantes podem recorrer (revisão de prova e/ou reclamação) nas situações em que considerem que a justeza da mesma pode estar em causa.

4.5.2.1.4. Identificação das formas de garantia da justeza, fiabilidade e acessibilidade das metodologias e dos processos de avaliação (EN)

One of the principles that governs the pedagogical model of reference for teaching and learning is inclusion, together with the other principles already identified. We are therefore committed to an inclusive model with regard to the different needs of students (e.g. educational, digital and technological inclusion).

The assessment process is intended to be fair and mostly formative, in line with active learning methodologies. The assessment of the majority of the UCs will endeavour to have a formative component, as well as a summative component carried out in accordance with the regulations in force at the HEI, which provide for all the procedures to be observed in the assessment, including those that allow students to check the fairness and clarity of the classification awarded, or those that students can resort to (test review and/or complaint) in situations where they consider that the fairness of the classification may be in question.

4.5.2.1.5. Formas de garantia de que a avaliação da aprendizagem dos estudantes será feita em função dos objetivos de aprendizagem da unidade curricular (PT)

O SIGQ do ISLA Santarém dispõe dos seguintes mecanismos:

- 1) Adoção da estrutura da ficha da unidade curricular (FUC) da A3ES onde é evidenciada a relação entre objetivos e avaliação.
- 2) Cruzamento, análise e avaliação de informações obtidas através da implementação de procedimentos de acompanhamento:
 - a) Monitorização da elaboração das FUC onde os objetivos de aprendizagem e a avaliação são controlados só podendo ser alterado através do ciclo de melhoria contínua.
 - b) Análises das FUC e envio de feedback aos docentes (correção de desvios).
 - c) Cruzamento dos conteúdos da UC com os sumários.
 - d) Análise dos Relatórios de unidade curricular (RUC).
- 3) Dos inquéritos pedagógicos – versões estudante e docentes.

Através dos elementos referidos anteriormente, a Direção do ciclo de estudos, acompanha e avalia o progresso do estudante mediante relatórios anuais (RAC).

4.5.2.1.5. Formas de garantia de que a avaliação da aprendizagem dos estudantes será feita em função dos objetivos de aprendizagem da unidade curricular (EN)

ISLA Santarém's SIGQ has the following mechanisms:

- 1) Adoption of the structure of the A3ES curricular unit form (FUC) where the relationship between objectives and assessment is highlighted.
- 2) Cross-referencing, analysing and evaluating information obtained through the implementation of monitoring procedures:
 - a) Monitoring the preparation of the FUC where the learning objectives and assessment are controlled and can only be changed through the continuous improvement cycle.
 - b) Analysing FUCs and sending feedback to teachers (correcting deviations).
 - c) cross-referencing the course contents with the summaries.
 - d) analysing Course Unit Reports (CURs).
- 3) pedagogical surveys - student and teacher versions.

Through the elements mentioned above, the programme director monitors and evaluates student progress through

annual reports (RAC).

4.5.2.1.6. Demonstração da existência de mecanismos de acompanhamento do percurso e do sucesso académico dos estudantes (PT)

O ISLA Santarém dispõe do Gabinete de Apoio ao Estudante vocacionado para a integração, acompanhamento e apoio aos estudantes visando: a promoção do seu sucesso académico, desenvolvimento e bem-estar; contribuir para o desenvolvimento pessoal, profissional e académico, através da organização de atividades adequadas; assegurar o apoio psicológico e ainda as condições necessárias para garantir o direito de igualdade de oportunidades de acesso e êxito escolar, nomeadamente no que se refere aos estudantes com necessidades educativas especiais (NEE).

A equipa docente, coordenada pelo Diretor do ciclo de estudos, através dos mecanismos de coordenação instituídos, detetará problemas de eventual insucesso, procurando as causas e intervindo atempadamente. O acompanhamento constante dos professores tem um papel fundamental no trabalho desenvolvido pelos estudantes, intervindo através da orientação e da fomentação da participação, sendo cruciais para a identificação e resolução de problemas.

4.5.2.1.6. Demonstração da existência de mecanismos de acompanhamento do percurso e do sucesso académico dos estudantes. (EN)

ISLA Santarém has a Student Support Office aimed at integrating, monitoring and supporting students in order to: promote their academic success, development and well-being; contribute to their personal, professional and academic development by organising appropriate activities; ensure psychological support and also the necessary conditions to guarantee the right to equal opportunities for access and academic success, particularly with regard to students with special educational needs (SEN).

The teaching team, coordinated by the Director of the study programme, through the coordination mechanisms in place, will detect problems of possible failure, looking for the causes and intervening in good time. The constant support of teachers plays a fundamental role in the work carried out by students, intervening through guidance and encouraging participation, which are crucial for identifying and resolving problems.

4.5.2.1.7. Metodologias de ensino previstas com vista a facilitar a participação dos estudantes em atividades científicas (quando aplicável) (PT)

A avaliação do desempenho do pessoal docente subordina-se aos princípios do Estatuto CPD. A avaliação é promovida anualmente, seguindo o previsto no regulamento de avaliação de desempenho em vigor na instituição. A avaliação abrange as vertentes: ensino, investigação, desenvolvimento profissional e serviço à escola. Os resultados das avaliações são publicados regularmente seguindo-se uma política de total transparência, imparcialidade e objetividade.

O ISLA desenvolve uma política de apoio à valorização do seu corpo docente, designadamente:

- Competências científicas/pedagógicas (metodologias ativas, ensino e aprendizagem online, etc.);
- Apoio na obtenção Título de especialista (pagamento integral do processo);
- Apoio à produção científica (IES suporta os custos totais da publicação);
- Formação técnica específica: SPSS, SmartPLS e BD científicas, Moodle, Aplicações e plataformas educativas, etc.

4.5.2.1.7. Metodologias de ensino previstas com vista a facilitar a participação dos estudantes em atividades científicas (quando aplicável) (EN)

The performance appraisal of teaching staff is subject to the principles of the CPD Statute. The assessment is carried out annually, in accordance with the performance assessment regulations in force at the institution. The evaluation covers teaching, research, professional development and service to the school. Assessment results are published regularly, following a policy of total transparency, impartiality and objectivity.

ISLA has a policy of supporting the valorisation of its teaching staff, namely:

- Scientific/pedagogical skills (active methodologies, online teaching and learning, etc.);
- Support in obtaining the title of specialist (full payment of the process);
- Support for scientific production (HEI bears the full costs of publication);
- Specific technical training: SPSS, SmartPLS and scientific databases, Moodle, educational applications and platforms, etc.

4.5.2.2.1. Fundamentação do número total de créditos ECTS e da duração do ciclo de estudos (PT)

O presente ciclo de estudos é constituído por 6 semestres. O número total de créditos atribuídos tem por referência o disposto nos n.ºs 8 e 9 do DL n.º 74/2006, de 24 de março, com a redação do DL n.º 65/2018, de 16 de agosto, e segue as normas estabelecidas para este tipo de ciclo de estudos, no que se refere ao número de créditos (30 ECTS/semestre; 180 ECTS no total), distribuídos de modo a salvaguardar o equilíbrio interno entre as componentes do ciclo de estudos. Possui duração e estrutura curricular idêntica à de ciclos de estudos afins no Espaço Europeu de Ensino Superior e corresponde às expectativas da mobilidade discente e docente. Partimos, ainda, das orientações europeias que definem que um ECTS deverá corresponder entre 25 e 28 horas de trabalho e da verificação de ciclos de estudos semelhantes em Portugal, tendo-se optado por 25 horas por cada ECTS. Com base neste pressuposto definiu-se a carga de trabalho para todas as unidades curriculares do ciclo de estudos.

4.5.2.2.1. Fundamentação do número total de créditos ECTS e da duração do ciclo de estudos (EN)

This cycle of studies consists of 6 semesters. The total number of credits awarded is based on the provisions of paragraphs 8 and 9 of Decree-Law no. 74/2006, of 24 March, as amended by Decree-Law no. 65/2018, of 16 August, and follows the rules established for this type of study cycle, with regard to the number of credits (30 ECTS/semester; 180 ECTS in total), distributed in such a way as to safeguard the internal balance between the components of the study cycle. It has the same duration and curricular structure as similar programmes in the European Higher Education Area and meets the expectations of student and teacher mobility. We also took as a starting point the European guidelines that define that one ECTS should correspond to between 25 and 30 hours of work and the verification of similar study cycles in Portugal, and opted for 25 hours for each ECTS. Based on this assumption, the workload was defined for all the curricular units in the study cycle.

4.5.2.2.2. Forma de verificação de que a carga média de trabalho que será necessária aos estudantes corresponde ao estimado em créditos ECTS (PT)

Para a definição do número de ECTS e respetiva média de trabalho que será necessária aos estudantes, seguiram-se orientações europeias que definem o volume de horas de trabalho médio a que corresponde cada ECTS. Com efeito, desenvolveram-se os objetivos de aprendizagem de cada UC e os seus conteúdos programáticos de modo que, em termos médios, a carga de trabalho necessária fosse correspondente ao número estimado de ECTS.

No contacto com os estudantes e com os professores, verifica-se que este número de horas corresponde às necessidades dos estudantes e dos objetivos de aprendizagem.

Utilizaram-se ainda os resultados obtidos nos inquéritos pedagógicos aos estudantes dos CE em funcionamento na IES, os quais incluem uma questão sobre as horas de trabalho total que os mesmos consideram ter despendido para realizar UC semelhantes. Por último, o Conselho Pedagógico pronunciou-se favoravelmente em relação ao CE de cujos elementos constava a indicação da carga média de trabalho.

4.5.2.2.2. Forma de verificação de que a carga média de trabalho que será necessária aos estudantes corresponde ao estimado em créditos ECTS. (EN)

In order to define the number of ECTS and the average amount of work required of students, European guidelines were followed which define the average number of hours of work corresponding to each ECTS. In effect, the learning objectives of each course and its programme content were developed so that, on average, the workload required corresponded to the estimated number of ECTS. In contact with students and teachers, this number of hours was found to correspond to the needs of the students and the learning objectives.

The results obtained from the pedagogical surveys of the students of the HEIs in operation were also used, which include a question about the total hours of work they consider they have spent to complete similar courses.

Finally, the Pedagogical Council gave a favourable opinion on the cycle of studies which included an indication of the average workload.

4.5.2.2.3. Forma como os docentes foram consultados sobre a metodologia de cálculo do número de créditos ECTS das unidades curriculares (PT)

Foi criada uma comissão de trabalho constituída por docentes especialistas nas áreas fundamentais do CE, especialistas dos ciclos de estudos das mesmas áreas (342 e 345) existentes na IES.

Após consulta informal com os vários stakeholders identificados (estudantes, diplomados, profissionais, empresas, etc.), e de acordo com a legislação em vigor, a comissão elaborou uma proposta que foi analisada por docentes da área científica de cada unidade curricular, para definirem a quantidade de horas de trabalho necessárias para atingir os objetivos.

A proposta final teve em conta a análise de ciclos de estudos nacionais e europeus de IES de referência e as sugestões pertinentes que, entretanto, foram recolhidas.

A versão final mereceu o parecer favorável, do Diretor e a aprovação dos Conselhos, Técnico-Científico e Pedagógico.

4.5.2.2.3. Forma como os docentes foram consultados sobre a metodologia de cálculo do número de créditos ECTS das unidades curriculares (EN)

A working committee was set up made up of lecturers specialising in the fundamental areas of EC, specialists from the HEI's existing cycles of studies in the same areas (342 and 345).

After informal consultation with the various stakeholders identified (students, graduates, professionals, companies, etc.), and in accordance with the legislation in force, the committee drew up a proposal which was analysed by lecturers from the scientific area of each course unit to define the number of working hours needed to achieve the objectives.

The final proposal took into account the analysis of national and European study programmes from leading HEIs and the relevant suggestions that had been gathered in the meantime.

The final version received the favourable opinion of the Director and the approval of the Technical-Scientific and Pedagogical Councils.

4.5.2.3. Observações (PT)

Apresentam-se alguns aspetos considerados relevantes para a operacionalização da presente proposta e do CE.

AValiação

Trabalhos (escritos). Os trabalhos escritos (individuais ou em Grupo) são submetidos na plataforma Moodle a qual integra a ferramenta Turnitin que possibilita a verificação de similaridades. Complementarmente a IES adotou a

Apresentação do pedido | Novo ciclo de estudos

utilização da ferramenta CopyLeks para a deteção de escrita com ferramentas de IA Generativa. Esta ferramenta disponibiliza funcionalidades, como a deteção de conteúdo de IA, a deteção de plágio e as citações automáticas, ajudando na transparência e originalidade e contribuindo para a promoção da transparência e da integridade e ética académica.

Testes/Exames escritos. A avaliação sumativa através de testes ou exames será integralmente realizada presencialmente. Por esta razão não está prevista a utilização de sistemas de vigilância para a realização de exames a distância.

DEMONSTRAÇÃO DA COERÊNCIA DOS CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS COM OS OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM DA UNIDADE CURRICULAR

Considera-se que uma visão integrada da aprendizagem é essencial pelo que, para fazer esta demonstração optou-se por apresentar de forma explícita a respetiva interligação entre ambos. Assim, em cada uma das UC, elencam-se os conteúdos programáticos e apresenta-se a relação dos mesmos com cada um dos objetivos que os mesmos visam alcançar.

DEMONSTRAÇÃO DA COERÊNCIA ENTRE METODOLOGIAS DE ENSINO E AVAL COM OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

Para demonstrar a coerência entre as metodologias de ensino e de avaliação, com os objetivos de aprendizagem de cada uma das UC, optou-se por elencar esses objetivos e identificar as metodologias de ensino e os instrumentos de avaliação utilizados para validar/avaliar cada um dos objetivos definidos.

Esta estratégia baseia-se nos seguintes pressupostos:

- As metodologias de ensino-aprendizagem servem para nortear as ações tomadas no decurso do desenvolvimento da UC em direção aos objetivos do ensino.
- A avaliação com as diferentes técnicas e instrumentos tem por finalidade (entre outros aspetos), verificar se o resultado do processo atingiu os resultados esperados, tendo em conta os objetivos estabelecidos para cada uma das UC. Estes pressupostos são utilizados nas demonstrações apresentadas nas respetivas UC.

HORÁRIO DA COMPONENTE A DISTÂNCIA (SÍNCRONA)

A filosofia subjacente à calendarização das sessões síncronas a distância orienta-se pelo princípio de que as mesmas deverão ter a duração entre 1.5 e 2.0 horas por cada sessão e devem ocorrer no dia da semana que na preparação dos horários fora destinado a essas aulas. As atividades assíncronas desenvolvem-se através da plataforma Moodle.

Compete à coordenação do ciclo de estudos assegurar que as sessões síncronas a distância são calendarizadas em determinados dias para que nesses dias só ocorram sessões desse tipo evitando-se a realização no mesmo dia de sessões síncronas a distância e sessões presenciais.

4.5.2.3. Observações (EN)

Here are some aspects considered relevant to the operationalisation of this proposal and the EC.

EVALUATION

Written assignments. Written assignments (individual or group) are submitted on the Moodle platform, which includes the Turnitin tool for checking similarities. In addition, the HEI has adopted the CopyLeks tool for detecting writing with Generative AI tools. This tool offers features such as AI content detection, plagiarism detection and automatic citations, helping with transparency and originality and contributing to the promotion of transparency and academic integrity and ethics.

Written tests/exams. Summative assessment through tests or exams will be carried out entirely in person.

For this reason, there are no plans to use surveillance systems for remote examinations.

Demonstration of the consistency of the syllabus with the learning objectives of the curricular unit

It is considered that an integrated vision of learning is essential, so in order to demonstrate this, it was decided to explicitly present the respective interconnection between the two. Thus, in each of the CUs, the programme contents are listed and their relationship with each of the objectives they aim to achieve is presented.

DEMONSTRATION OF COHERENCE BETWEEN TEACHING METHODOLOGIES AND ASSESSMENT WITH LEARNING OBJECTIVES

In order to demonstrate the coherence between teaching and assessment methodologies and the learning objectives of each course, it was decided to list these objectives and identify the teaching methodologies and assessment instruments used to validate/assess each of the defined objectives.

This strategy is based on the following assumptions:

- The teaching-learning methodologies serve to guide the actions taken during the course of the CU towards the teaching objectives.
- The purpose of assessment using different techniques and instruments is (among other things) to check whether the outcome of the process has achieved the expected results, taking into account the objectives set for each of the CUs. These assumptions are used in the demonstrations presented in the respective CUs.

TIMETABLE FOR THE DISTANCE LEARNING COMPONENT (SYNCHRONOUS)

The philosophy behind the timetabling of the synchronous distance learning sessions is based on the principle that they should last between 1.5 and 2.0 hours per session and should take place on the day of the week that, when the timetable was prepared, was allocated to these classes. Asynchronous activities are carried out via the Moodle platform.

It is up to the coordination of the study cycle to ensure that synchronous distance sessions are scheduled on certain days so that only sessions of this type take place on those days, avoiding synchronous distance sessions and face-to-face sessions taking place on the same day.

5. Pessoal Docente

5.1. Docente(s) responsável(eis) pela coordenação da implementação do ciclo de estudos.

• Rui Manuel Robalo Frade

5.2. Pessoal docente do ciclo de estudos

Nome	Categoria	Grau	Vínculo	Especialista	Regime de	Informação
Ana Filipa Vieira Lopes Joaquim	Professor Adjunto ou equivalente	Mestre 314 - Economia	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018	Sim 342 - Marketing e Publicidade	100	Ficha Submetida CienciaVitae OrcID
António Luís Neves Dionísio	Professor Adjunto ou equivalente	Doutor 345 - Gestão e Administração	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018		100	Ficha Submetida CienciaVitae
Eduardo Jorge Simões Ganilho	Professor Coordenador ou equivalente	Doutor 345 - Gestão e Administração	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018		100	Ficha Submetida CienciaVitae OrcID
Isabel Maria Silva Rodrigues Pinto dos Reis	Professor Adjunto ou equivalente	Doutor 345 - Gestão e Administração	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018	Sim Gestão e Administração (345)	100	Ficha Submetida CienciaVitae OrcID
João Paulo Rêzio Farinha	Professor Adjunto ou equivalente	Doutor 345 - Gestão e Administração	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018	Sim 342 - Marketing e Publicidade	100	Ficha Submetida CienciaVitae OrcID
João Pedro da Cruz Fernandes Thomaz	Professor Coordenador ou equivalente	Doutor 345 - Gestão e Administração	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018		100	Ficha Submetida CienciaVitae
Jorge Manuel Gouveia Vieira	Professor Adjunto ou equivalente	Mestre 345 - Gestão e Administração	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018	Sim 342 - Marketing e Publicidade	100	Ficha Submetida CienciaVitae OrcID
Maria de Fátima Alves de Pina	Professor Adjunto ou equivalente	Doutor 460 - Matemática e Estatística	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 | Novo ciclo de estudos

Nome	Categoria	Grau	Vínculo	Especialista	Regime de	Informação
Pedro Manuel Costa Ramos	Professor Coordenador ou equivalente	Doutor 345 - Gestão e Administração	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018		100	Ficha Submetida CienciaVitae OrcID
Rui Centeno Martins	Assistente ou equivalente	Licenciado 345 - Gestão e Administração	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018		100	Ficha Submetida CienciaVitae OrcID
Ricardo Filipe Pateiro Marcão	Professor Adjunto ou equivalente	Doutor 345 – Gestão e Administração	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018		100	Ficha Submetida CienciaVitae OrcID
Ricardo Ângelo Rosa Vardasca	Professor Coordenador ou equivalente	Doutor 481 - Ciências Informáticas	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018		100	Ficha Submetida CienciaVitae OrcID
Rui Manuel Robalo Frade	Professor Coordenador ou equivalente	Doutor 342 - Marketing e Publicidade	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018		100	Ficha Submetida CienciaVitae
Sandra Maria Morgadinho Pacheco	Professor Adjunto ou equivalente	Doutor 720 - Saúde	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018	Sim 345 - Gestão e Administração	100	Ficha Submetida CienciaVitae OrcID
Hélder Filipe Santos Barbosa Ferreira	Professor Adjunto ou equivalente	Doutor 342 - Marketing e Publicidade	Outro vínculo		60	Ficha Submetida CienciaVitae
Nelson Miguel Martins Duarte	Assistente convidado ou equivalente	Mestre 481 - Ciências Informáticas	Outro vínculo		30	Ficha Submetida CienciaVitae OrcID
Patrícia Isabel Patrício Leal Pereira	Assistente convidado ou equivalente	Licenciado 342 - Marketing e Publicidade	Outro vínculo		15	Ficha Submetida CienciaVitae
Loide Raquel Lopes Ascenso	Assistente ou equivalente	Mestre 460 - Matemática e Estatística	Outro vínculo		100	Ficha Submetida CienciaVitae
Sílvia Cristina da Costa Salavisa	Assistente convidado ou equivalente	Licenciado 222 - Línguas e literaturas estrangeiras	Outro vínculo		25	Ficha Submetida CienciaVitae
Susana Cristina Coelho da Silva Pitta Soares	Assistente convidado ou equivalente	Mestre 380 - Direito	Outro vínculo		50	Ficha Submetida CienciaVitae

Nome	Categoria	Grau	Vínculo	Especialista	Regime de	Informação
Vasco Ribeiro Santos	Professor Coordenador ou equivalente	Doutor 342 - Marketing e Publicidade	Outro vínculo		60	Ficha Submetida CienciaVitae OrcID
					Total: 1740	

5.2.1. Ficha curricular do docente

5.2.1.1. Dados Pessoais - Rui Centeno Martins

Vínculo com a IES

Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018

Categoria

Assistente ou equivalente

Grau Associado

Sim

Grau

Licenciatura - 1º ciclo

Área científica deste grau académico (PT)

345 - Gestão e Administração

Área científica deste grau académico (EN)

345 - Business and Management

Ano em que foi obtido este grau académico

2007

Instituição que conferiu este grau académico

ISLA Lisboa

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

5F12-8A40-A6B0

Orcid

0000-0001-5002-8907

Autorização para que as informações pessoais sejam guardadas e utilizadas para fins funcionais e analíticos

Sim

5.2.1.2. Filiação Unidades de Investigação - Rui Centeno Martins

Unidades de Investigação	Classificação FCT	Instituição de ensino superior (IES)	Tipo unidade investigação	Docente Integrado
Núcleo de Estudos em Ciências Empresariais (NECE)	Muito Bom	Universidade da Beira Interior (UBI)	Outro	

5.2.1.3. Outros graus académicos ou títulos - Rui Centeno Martins

5.2.1.4. Formação pedagógica - Rui Centeno Martins

Formação pedagógica relevante para a docência
2021. Workshop Sistemas de Apoio ao Processo Ensino/Aprendizagem (MOODLE e ZOOM) (4 h). ISLA Santarém.
2022 - Formação de Capacitação em Projetos em cocriação com o tecido empresarial (30 horas). ISLA Santarém
2023. Capacitação em Metodologias Pedagógicas Ativas: Aula Invertida e PBL (100h). ISLA Santarém
2023 - Formação de Capacitação em Desenho e Implementação de Cursos a Distância (12 horas). ISLA Santarém
2023 - Formação de Capacitação em Conceção e Produção de Conteúdos Digitais. (23 horas). ISLA Santarém.
2024. Workshop Científico/Pedagógico: Inteligência Artificial Generativa na Investigação. ISLA Santarém.

5.2.1.5. Distribuição do serviço docente - Rui Centeno Martins

Unidade Curricular	Ciclo de estudos	Total horas contacto	T	TP	PL	TC	S	E	OT	O
Fundamentos de Contabilidade (em junção)	1.º ciclo - Gestão Turística/1.º ciclo - Gestão Comercial/1º ciclo - Gestão de RH	60.0		54.0					6.0	
Fundamentos de Contabilidade (em junção)	1.º ciclo - Gestão de Processos e Operações Empresariais / 1.º ciclo Informática de Gestão	60.0		54.0					6.0	
Contabilidade Analítica e de Gestão (em junção)	11.º ciclo - Gestão de Processos e Operações Empresariais / 1.º ciclo - Informática de Gestão	60.0		54.0					6.0	
Fiscalidade	1.º ciclo - Gestão de Recursos Humanos	45.0		42.0					3.0	
Contabilidade Financeira	1.º ciclo - Marketing	60.0		36.0	18.0				6.0	
Contabilidade de Gestão	1.º ciclo - Marketing	45.0		27.0	15.0				3.0	

5.2.1.1. Dados Pessoais - Ana Filipa Vieira Lopes Joaquim

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)

314 - Economia

Área científica deste grau académico (EN)

314 - Economy

Ano em que foi obtido este grau académico

2018

Instituição que conferiu este grau académico

Instituto de Educação – Universidade de Lisboa

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)

342 - Marketing e Publicidade

Área científica do título de especialista (EN)

342 - Marketing and Advertising

Ano em que foi obtido o título de especialista

2024

Regime de dedicação na instituição que submete a proposta (%)

100

CienciaVitae

0A19-09FD-5425

Orcid

0000-0002-3419-1242

Autorização para que as informações pessoais sejam guardadas e utilizadas para fins funcionais e analíticos

Sim

5.2.1.2. Filiação Unidades de Investigação - Ana Filipa Vieira Lopes Joaquim

Unidades de Investigação	Classificação FCT	Instituição de ensino superior (IES)	Tipo unidade investigação	Docente Integrado
Instituto de Comunicação da NOVA (ICNOVA)	Excelente	Faculdade de Ciências Sociais e Humanas (FCSH/UNL)	Outro	

5.2.1.3. Outros graus académicos ou títulos - Ana Filipa Vieira Lopes Joaquim

Ano	Grau ou Título	Área	Instituição	Classificação
2000	Licenciatura	342 - Marketing e Publicidade	Instituto de Artes Visuais Design e Marketing (IADE)	12
2018	Mestre	Ensino de Economia e de Contabilidade	Instituto de Educação	17

5.2.1.4. Formação pedagógica - Ana Filipa Vieira Lopes Joaquim

Formação pedagógica relevante para a docência
2023. Capacitação em Conceção e Produção de Conteúdos Digitais. (23 horas). ISLA Santarém
2023. Capacitação em Desenho e Implementação de Cursos a Distância (12 horas). ISLA Santarém
2024. Workshop Inteligência Artificial Generativa na Investigação. ISLA Santarém.

5.2.1.5. Distribuição do serviço docente - Ana Filipa Vieira Lopes Joaquim

Unidade Curricular	Ciclo de estudos	Total horas contacto	T	TP	PL	TC	S	E	OT	O
Técnicas de Informação, Comunicação e Negociação (em junção)	1.º ciclo - Gestão de Recursos Humanos / 1.º ciclo Gestão Comercial / 1.º ciclo - Engenharia da Segurança do trabalho	60.0		54.0					6.0	
Comportamento do Consumidor	1.º ciclo Gestão Comercial	45.0		42.0					3.0	
Inovação e Empreendedorismo (em junção)	1.º ciclo - Gestão de Recursos Humanos / 1.º ciclo Gestão de Processos e Operações Empresariais/1º ciclo Gestão Comercial / 1.º ciclo Informática de Gestão	45.0		42.0					3.0	
Inovação e Empreendedorismo (em junção)	1.º ciclo - Gestão de Recursos Humanos / 1º ciclo Gestão Turística / 1º ciclo Informática de Gestão	45.0		42.0					3.0	
Marketing eTurístico II	1.º ciclo - Gestão de Turismo	45.0		42.0	0.0				3.0	
Comércio Eletrónico	1.º ciclo - Marketing	14.0		12.0					2.0	
Marketing Estratégico	1.º ciclo - Marketing	45.0		30.0	12.0				3.0	
Projeto Aplicado/Estágio	1.º ciclo - Marketing	30.0							30.0	

5.2.1.1. Dados Pessoais - Jorge Manuel Gouveia 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

Mestrado - 2º ciclo

Área científica deste grau académico (PT)

345 - Gestão e Administração

Área científica deste grau académico (EN)

345 - Business and Management

Ano em que foi obtido este grau académico

2020

Instituição que conferiu este grau académico

ISLA - Instituto Superior de Gestão e Administração de Santarém

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)

342 - Marketing e Publicidade

Área científica do título de especialista (EN)

342 - Marketing and Advertising

Ano em que foi obtido o título de especialista

2021

Regime de dedicação na instituição que submete a proposta (%)

100

CienciaVitae

AA10-70E4-D287

Orcid

0000-0001-5755-4264

Autorização para que as informações pessoais sejam guardadas e utilizadas para fins funcionais e analíticos

Sim

5.2.1.2. Filiação Unidades de Investigação - Jorge Manuel Gouveia Vieira

5.2.1.3. Outros graus académicos ou títulos - Jorge Manuel Gouveia Vieira

Ano	Grau ou Título	Área	Instituição	Classificação
2006	Licenciatura	345 - Gestão e administração	ISLA - Instituto Superior de Gestão e Administração de Santarém	15

5.2.1.4. Formação pedagógica - Jorge Manuel Gouveia Vieira

Formação pedagógica relevante para a docência
2023. Capacitação em Conceção e Produção de Conteúdos Digitais. (23 horas). ISLA Santarém
2023. Capacitação em Desenho e Implementação de Cursos a Distância (12 horas). ISLA Santarém
2023. Capacitação em Metodologias Pedagógicas Ativas: Gamificação e PBL (100h). ISLA Santarém
2024. Workshop Inteligência Artificial Generativa na Investigação. ISLA Santarém.

5.2.1.5. Distribuição do serviço docente - Jorge Manuel Gouveia Vieira

Unidade Curricular	Ciclo de estudos	Total horas contacto	T	TP	PL	TC	S	E	OT	O
Introdução ao Marketing (em junção)	1.º ciclo - Gestão de Processos e Operações Empresariais / 1.º ciclo Gestão Comercial	60.0		54.0					6.0	
Marketing e Comércio Internacional	1.º ciclo Gestão Comercial	60.0		54.0					6.0	
Projeto aplicado	1.º ciclo Gestão Comercial	30.0		20.0					10.0	
Dissertação	2.º ciclo (mestrado) Gestão de Empresas	20.0								20.0
Introdução ao Marketing	1.º ciclo - Marketing	60.0		54.0					6.0	
Comunicação de Marketing	1.º ciclo - Marketing	45.0		30.0	12.0				3.0	
Marketing Internacional	1.º ciclo - Marketing	45.0		30.0	12.0				3.0	
Simulador de Marketing	1.º ciclo - Marketing	20.0		5.0	15.0					

5.2.1.1. Dados Pessoais - António Luís Neves Dionísio

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)

345 - Gestão e Administração

Área científica deste grau académico (EN)

345 - Business and Management

Ano em que foi obtido este grau académico

2024

Instituição que conferiu este grau académico

Universidade de Évora

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

281C-7A36-525F

Orcid

-

Autorização para que as informações pessoais sejam guardadas e utilizadas para fins funcionais e analíticos

Sim

5.2.1.2. Filiação Unidades de Investigação - António Luís Neves Dionísio

Unidades de Investigação	Classificação FCT	Instituição de ensino superior (IES)	Tipo unidade investigação	Docente Integrado
Centro de Estudos e Formação Avançada em Gestão e Economia da Universidade de Évora (CEFAGE-UE)	Bom	Universidade de Évora (UE)	Outro	Sim

5.2.1.3. Outros graus académicos ou títulos - António Luís Neves Dionísio

Ano	Grau ou Título	Área	Instituição	Classificação
2014	Mestrado	345 - Gestão e Administração	ISLA - Instituto de Gestão e Administração de Santarém	18
2011	Licenciatura	345 - Gestão e Administração	Instituto Superior de Línguas e Administração de Santarém	14

5.2.1.4. Formação pedagógica - António Luís Neves Dionísio

Formação pedagógica relevante para a docência
2022 - Formação de Capacitação em Projetos em cocriação com o tecido empresarial (30 horas). ISLA Santarém
2023 - Formação de Capacitação em Conceção e Produção de Conteúdos Digitais. (23 horas). ISLA Santarém.
2023 - Formação de Capacitação em Desenho e Implementação de Cursos a Distância (12 horas). ISLA Santarém
2023. Capacitação em Metodologias Pedagógicas Ativas (50h). ISLA Santarém

5.2.1.5. Distribuição do serviço docente - António Luís Neves Dionísio

Unidade Curricular	Ciclo de estudos	Total horas contacto	T	TP	PL	TC	S	E	OT	O
Recrutamento e Seleção	1.º ciclo - Gestão de Recursos Humanos	60.0		54.0					6.0	
Avaliação de Desempenho	1.º ciclo - Gestão de Recursos Humanos	60.0		54.0					6.0	
Desenho de Sistemas de Recompensa e Carreiras	1.º ciclo - Gestão de Recursos Humanos	60.0		54.0					6.0	
Integração em Recursos Humanos	1.º ciclo - Gestão de Recursos Humanos	45.0		42.0					3.0	
Gestão e Negociação Comercial	1.º ciclo - Marketing	45.0		30.0	12.0				3.0	
Inovação e Empreendedorismo	1.º ciclo - Marketing	45.0		33.0	9.0				3.0	
Métodos de Investigação	1.º ciclo - Marketing	45.0		42.0					3.0	

5.2.1.1. Dados Pessoais - Eduardo Jorge Simões Ganilho

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)

345 - Gestão e Administração

Área científica deste grau académico (EN)

345 - Business and Management

Ano em que foi obtido este grau académico

2010

Instituição que conferiu este grau académico

Universidade Aberta

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

281A-2A7A-826F

Orcid

0000-0003-2644-9677

Autorização para que as informações pessoais sejam guardadas e utilizadas para fins funcionais e analíticos

Sim

5.2.1.2. Filiação Unidades de Investigação - Eduardo Jorge Simões Ganilho

Unidades de Investigação	Classificação FCT	Instituição de ensino superior (IES)	Tipo unidade investigação	Docente Integrado
Centro de Estudos da População, Economia e Sociedade (CEPESE)	Fraco	Centro de Estudos da População, Economia e Sociedade (CEPESE/UP)	Outro	Sim

5.2.1.3. Outros graus académicos ou títulos - Eduardo Jorge Simões Ganilho

Ano	Grau ou Título	Área	Instituição	Classificação
1993	Licenciatura	345 - Gestão e Administração	Universidade Autónoma de Lisboa	12
2001	Mestrado	345 - Gestão e Administração	Universidade Aberta	Universidade Aberta

5.2.1.4. Formação pedagógica - Eduardo Jorge Simões Ganilho

Formação pedagógica relevante para a docência
2021. Workshop Sistemas de Apoio ao Processo Ensino/Aprendizagem (MOODLE e ZOOM) (4 h). ISLA Santarém.
2023. Capacitação em Desenho e Implementação de Cursos a Distância (12 horas). ISLA Santarém
2023. Capacitação em Conceção e Produção de Conteúdos Digitais. (23 horas). ISLA Santarém
2023. Capacitação em Metodologias Pedagógicas Ativas: Aula Invertida, PBL e Gamificação (150h). ISLA Santarém
2023 - Formação de Capacitação “Empreendedorismo” (30h). ISLA Santarém
2023 - Formação de Capacitação em Projetos em cocriação com o tecido empresarial (30 horas). ISLA Santarém
2024. Workshop Inteligência Artificial Generativa na Investigação. ISLA Santarém.
2024. Workshop Técnicas de Apresentação em Estúdio. ISLA Santarém.
2024. Workshop Conteúdos Interativos com HSP. ISLA Santarém.
2024. Workshop Inteligência Artificial Generativa na Investigação. ISLA Santarém.

5.2.1.5. Distribuição do serviço docente - Eduardo Jorge Simões Ganilho

Unidade Curricular	Ciclo de estudos	Total horas contacto	T	TP	PL	TC	S	E	OT	O
Gestão da Qualidade (em junção)	1.º ciclo - Gestão de Recursos Humanos / 1.º ciclo - Gestão Comercial / 1.º ciclo - Informática de Gestão	45.0		42.0					3.0	
Gestão da Energia	1.º ciclo - Gestão de Processos e Operações Empresariais	45.0		42.0					3.0	
Gestão de Sistemas Ambientais	1.º ciclo - Gestão de Processos e Operações Empresariais	45.0		42.0					3.0	
Gestão da Qualidade	1.º ciclo - Marketing	45.0		33.0	9.0				3.0	
Dissertação	2.º ciclo (mestrado) Gestão de Empresas	20.0								20.0

5.2.1.1. Dados Pessoais - Isabel Maria Silva Rodrigues Pinto dos Reis

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)

345 - Gestão e Administração

Área científica deste grau académico (EN)

345 - Business and Management

Ano em que foi obtido este grau académico

2024

Instituição que conferiu este grau académico

Universidade de Évora

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 e Administração (345)

Área científica do título de especialista (EN)

Management and Administration

Ano em que foi obtido o título de especialista

2021

Regime de dedicação na instituição que submete a proposta (%)

100

CienciaVitae

9A1D-5CC0-73C7

Orcid

0000-0002-2008-9124

Autorização para que as informações pessoais sejam guardadas e utilizadas para fins funcionais e analíticos

Sim

5.2.1.2. Filiação Unidades de Investigação - Isabel Maria Silva Rodrigues Pinto dos Reis

Unidades de Investigação	Classificação FCT	Instituição de ensino superior (IES)	Tipo unidade investigação	Docente Integrado
Núcleo de Estudos em Ciências Empresariais (NECE)	Muito Bom	Universidade da Beira Interior (UBI)	Outro	Sim
Centro de Estudos e Formação Avançada em Gestão e Economia da Universidade de Évora (CEFAGE-UE)	Bom	Universidade de Évora (UE)	Outro	

5.2.1.3. Outros graus académicos ou títulos - Isabel Maria Silva Rodrigues Pinto dos Reis

Ano	Grau ou Título	Área	Instituição	Classificação
1998	Licenciatura	345 - Gestão e Administração	Instituto Superior de Línguas e Administração (ISLA)	15
2011	Mestrado	345 - Gestão e Administração	Universidade Europeia	18

5.2.1.4. Formação pedagógica - Isabel Maria Silva Rodrigues Pinto dos Reis

Formação pedagógica relevante para a docência
2021. Workshop Sistemas de Apoio ao Processo Ensino/Aprendizagem (MOODLE e ZOOM) (4 h). ISLA Santarém.
2023. Capacitação em Metodologias Pedagógicas Ativas: Aula Invertida, PBL e Gamificação (150h). ISLA Santarém
2023. Capacitação: Pitch e Criação de valor (60h). ISLA Santarém
2023. Capacitação em Desenho e Implementação de Cursos a Distância (12 horas). ISLA Santarém
2023. Capacitação em Conceção e Produção de Conteúdos Digitais. (23 horas). ISLA Santarém
2024. Workshop Técnicas de Apresentação em Estúdio. ISLA Santarém.
2024. Workshop: Inteligência Artificial Generativa na Investigação. ISLA Santarém.

5.2.1.5. Distribuição do serviço docente - Isabel Maria Silva Rodrigues Pinto dos Reis

Unidade Curricular	Ciclo de estudos	Total horas contacto	T	TP	PL	TC	S	E	OT	O
Gestão das Pessoas nas Organizações (em junção)	1.º ciclo - Gestão Turística / 1.º ciclo - Gestão de RH / 1º ciclo - Gestão Comercial	60.0		54.0					6.0	
Dissertação	2.º ciclo (mestrado) - Gestão de Recursos Humanos	60.0							60.0	
Métodos de Avaliação de Recursos Humanos	1.º ciclo - Gestão de Recursos Humanos	60.0		54.0					6.0	
Projeto de Conceção em Recursos Humanos	1.º ciclo - Gestão de Recursos Humanos	30.0		20.0					10.0	
Projecto de Desenvolvimento em Recursos Humanos	1.º ciclo - Gestão de Recursos Humanos	40.0		30.0					10.0	
Gestão do Conhecimento e Inovação	2.º ciclo (mestrado) Gestão de Empresas	30.0		24.0					6.0	
Gestão da Mudança	2.º ciclo (mestrado) Gestão de Empresas	30.0		24.0					6.0	
Gestão de Pessoas nas Organizações	1.º ciclo - Marketing	45.0		42.0					3.0	

5.2.1.1. Dados Pessoais - João Paulo Résio Farinha

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)

345 - Gestão e Administração

Área científica deste grau académico (EN)

345 - Business and Management

Ano em que foi obtido este grau académico

2019

Instituição que conferiu este grau académico

Universidade Europeia

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)

342 - Marketing e Publicidade

Área científica do título de especialista (EN)

342 - Marketing and Advertising

Ano em que foi obtido o título de especialista

2025

Regime de dedicação na instituição que submete a proposta (%)

100

CienciaVitae

1F1D-86F2-26BA

Orcid

0000-0002-4193-8914

Autorização para que as informações pessoais sejam guardadas e utilizadas para fins funcionais e analíticos

Sim

5.2.1.2. Filiação Unidades de Investigação - João Paulo Résio Farinha

Unidades de Investigação	Classificação FCT	Instituição de ensino superior (IES)	Tipo unidade investigação	Docente Integrado
Unidade de Investigação em Governança, Competitividade e Políticas Públicas (GOVCOPP)	Muito Bom	Universidade de Aveiro (UA)	Outro	
Centro de Investigação em Turismo, Sustentabilidade e Bem-estar (CinTurs)	Muito Bom	Universidade do Algarve (UALg)	Outro	
Núcleo de Estudos em Ciências Empresariais (NECE)	Muito Bom	Universidade da Beira Interior (UBI)	Outro	Sim

5.2.1.3. Outros graus académicos ou títulos - João Paulo Résio Farinha

Ano	Grau ou Título	Área	Instituição	Classificação
2013	Mestrado Executivo	342 - Marketing e Publicidade	Universidade Europeia	16
2014	Mestre	342 - Marketing e Publicidade	Universidade Europeia	15

5.2.1.4. Formação pedagógica - João Paulo Résio Farinha

Formação pedagógica relevante para a docência
2021. Workshop Sistemas de Apoio ao Processo Ensino/Aprendizagem (MOODLE e ZOOM) (4 h). ISLA Santarém
2023. Formação de Capacitação em Empreendedorismo e Pitch (60 horas). ISLA Santarém
2023. Capacitação em Metodologias Pedagógicas Ativas: Gamificação e PBL (100h). ISLA Santarém
2023. Capacitação em Desenho e Implementação de Cursos a Distância (12 horas). ISLA Santarém
2023. Capacitação em Conceção e Produção de Conteúdos Digitais. (23 horas). ISLA Santarém
2024. Workshop: Técnicas de Apresentação em Estúdio. ISLA Santarém.
2024. Workshop: Inteligência Artificial Generativa na Investigação. ISLA Santarém.

5.2.1.5. Distribuição do serviço docente - João Paulo Résio Farinha

Unidade Curricular	Ciclo de estudos	Total horas contacto	T	TP	PL	TC	S	E	OT	O
E-Marketing e Comércio Eletrónico (em junção)	1.º ciclo Informática de Gestão / 1.º ciclo Gestão Comercial / 1.º ciclo Gestão de Processos e Operações Empresariais	60.0		54.0					6.0	
Projeto de Conceção	1.º ciclo - Gestão de Processos e Operações Empresariais	30.0			20.0				10.0	
Projeto de Desenvolvimento	1.º ciclo - Gestão de Processos e Operações Empresariais	40.0			30.0				10.0	
Gestão de Preço e do Produto	1.º ciclo Gestão Comercial	60.0		54.0					6.0	
Gestão de Preço e do Produto	1.º ciclo - Marketing	45.0		30.0	12.0				3.0	
Projeto Aplicado / Estágio	1.º ciclo - Marketing	30.0							30.0	
Dissertação	2.º ciclo (mestrado) Gestão de Empresas	20.0								20.0
Marketing Digital	1.º ciclo - Marketing	45.0		27.0	15.0				3.0	

5.2.1.1. Dados Pessoais - João Pedro da Cruz Fernandes Thomaz

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)

345 - Gestão e Administração

Área científica deste grau académico (EN)

345 - Business and Management

Ano em que foi obtido este grau académico

2005

Instituição que conferiu este grau académico

Universidade Técnica de Lisboa

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

AC1B-1311-DE5E

Orcid

-

Autorização para que as informações pessoais sejam guardadas e utilizadas para fins funcionais e analíticos

Sim

5.2.1.2. Filiação Unidades de Investigação - João Pedro da Cruz Fernandes Thomaz

Unidades de Investigação	Classificação FCT	Instituição de ensino superior (IES)	Tipo unidade investigação	Docente Integrado
Centro de Estudos de Gestão do Instituto Superior Técnico (CEG-IST)	Muito Bom	Associação do Instituto Superior Técnico para a Investigação e o Desenvolvimento (IST-ID)	Outro	Sim

5.2.1.3. Outros graus académicos ou títulos - João Pedro da Cruz Fernandes Thomaz

Ano	Grau ou Título	Área	Instituição	Classificação
1982	Licenciatura	Ciências Militares	Academia Militar	13
2000	Mestrado	345 - Gestão e Administração	Universidade Lusíada de Lisboa	19

5.2.1.4. Formação pedagógica - João Pedro da Cruz Fernandes Thomaz

Formação pedagógica relevante para a docência
2021. Workshop Sistemas de Apoio ao Processo Ensino/Aprendizagem (MOODLE e ZOOM) (4 h). ISLA Santarém
2022. Capacitação em Projetos em cocriação com o tecido empresarial (30 h). ISLA Santarém
2023. Capacitação em Desenho e Implementação de Cursos a Distância (12 horas). ISLA Santarém
2023. Capacitação em Conceção e Produção de Conteúdos Digitais. (23 horas). ISLA Santarém
2023. Capacitação em Metodologias Pedagógicas Ativas: Aula Invertida e PBL (100h). ISLA Santarém
2024. Workshop: Inteligência Artificial Generativa na Investigação. ISLA Santarém.

5.2.1.5. Distribuição do serviço docente - João Pedro da Cruz Fernandes Thomaz

Unidade Curricular	Ciclo de estudos	Total horas contacto	T	TP	PL	TC	S	E	OT	O
Logística e Distribuição (em junção)	1.º ciclo Gestão Comercial / 1.º ciclo Gestão de Processos e Operações Empresariais	60.0		54.0					6.0	
Gestão da Cadeia de Abastecimento	1.º ciclo - Gestão de Processos e Operações Empresariais	60.0		54.0					6.0	
Projeto de Conceção	1.º ciclo - Gestão de Processos e Operações Empresariais	30.0			20.0				10.0	
Projeto de Desenvolvimento	1.º ciclo - Gestão de Processos e Operações Empresariais	40.0			30.0				10.0	
Dissertação	2.º ciclo (mestrado) Gestão de Empresas	20.0								20.0
Logística e Distribuição	1.º ciclo - Marketing	45.0		30.0	12.0				3.0	
Gestão de Operações	2.º ciclo (mestrado) Gestão de Empresas	30.0		24.0					6.0	
Gestão de Projetos	1.º ciclo - Marketing	45.0		27.0	15.0				3.0	

5.2.1.1. Dados Pessoais - Maria de Fátima Alves de Pina

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)

460 - Matemática e Estatística

Área científica deste grau académico (EN)

460 - Maths and Statistics

Ano em que foi obtido este grau académico

2020

Instituição que conferiu este grau académico

Universidade de Coimbra e 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

3C1A-EBA6-9AAD

Orcid

0000-0003-3738-1153

Autorização para que as informações pessoais sejam guardadas e utilizadas para fins funcionais e analíticos

Sim

5.2.1.2. Filiação Unidades de Investigação - Maria de Fátima Alves de Pina

Unidades de Investigação	Classificação FCT	Instituição de ensino superior (IES)	Tipo unidade investigação	Docente Integrado
Instituto de Sistemas e Robótica - ISR – COIMBRA (ISR-UC)	Excelente	Instituto de Sistemas e Robótica (ISR)	Outro	
Núcleo de Estudos em Ciências Empresariais (NECE)	Muito Bom	Universidade da Beira Interior (UBI)	Outro	Sim

5.2.1.3. Outros graus académicos ou títulos - Maria de Fátima Alves de Pina

Ano	Grau ou Título	Área	Instituição	Classificação
2004	Licenciatura	Matemática - Ramo Científico, Especialização em Matemática Pura	Universidade de Coimbra	13
2008	Mestrado	Matemática - Ramo Científico, Especialização em Matemática Pura	Universidade de Coimbra	Muito bom

5.2.1.4. Formação pedagógica - Maria de Fátima Alves de Pina

Formação pedagógica relevante para a docência
2012 - Dificuldades de Aprendizagem específicas - Dislexia, disortografia e disgrafia • Da integração à inclusão - clarificação de conceitos - Workshops de atualização Profissional, Científica e Pedagógica - Centro de Investigação em Inclusão e Acessibilidade em Ação (iACT) do Instituto Politécnico de Leiria
2020 - Estatística e Análise de Dados em Saúde com SPSS - Formação Certificada pela DGERT Direção-Geral do Emprego e das Relações de Trabalho - CEAUL - Centro de Estatística e Aplicações da Universidade de Lisboa e GADES Data Analysis Solutions
2022- Formação de Capacitação em Projetos em cocriação com o tecido empresarial (30 horas). ISLA Santarém
2006 - Curso de Formação Profissional - Formação Pedagógica Inicial de Formadores - TECLA - Formação Profissional
2022 - Ação de capacitação para docentes – Empreendedorismo. Instituto Superior de Gestão e Administração de Santarém (30 horas)
2022 - Ação de capacitação – Práticas Pedagógicas de Ensino Ativo. Instituto Superior de Gestão e Administração de Santarém
2023 - Realidade Aumentada na Educação: Desvendando o Presente e Moldando o Futuro do Ensino Ativo (2h) - Formação das Jornadas Interinstitucionais de Desenvolvimento Pedagógico - Universidade do Minho
2023 - Aprendizagem Colaborativa no Ensino Superior: promoção de Team-Based Learning (TBL) com Ferramentas Digitais (2h) - Formação das Jornadas Interinstitucionais de Desenvolvimento Pedagógico - Universidade Nova de Lisboa
2023. Capacitação em Conceção e Produção de Conteúdos Digitais. (23 horas). ISLA Santarém
2023. Capacitação em Desenho e Implementação de Cursos a Distância (12 horas). ISLA Santarém
2023. Capacitação em Metodologias Pedagógicas Ativas: Aula Invertida, PBL e Gamificação(150h). ISLA Santarém
2023 - Formação de Capacitação “Pitch” (30h). ISLA Santarém.
2023 - Formação Sensibilização/Capacitação de Docentes sobre Necessidades Educativas Especiais.. ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa
2023 - VI Seminário GTAEDES - Diversidade e Desenho Universal: Equidade e Justiça no Ensino Superior, que decorreu no ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa
2024. MasterClass Criação de Recursos Interativos no Moodle com H5P. ISLA Santarém.
2024 - Impacto da Saúde Mental no Ensino Superior (Outros) Observatório da Responsabilidade Social e Instituições de Ensino Superior (ORSIES)
2024 - Estratégias de Promoção do Pensamento Crítico. Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro
2024. Mapas de conceitos. O uso de um CAQDAS. Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro
2024 - Avaliação de capacidades e disposições de Pensamento Crítico. Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro
2024. Instrumentos /técnicas de avaliação da aprendizagem: Rubricas (grelhas) de avaliação. Avaliação formal das capacidades e disposições do PC (testes padronizados. Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro
2024 -Workshop Científico Pedagógico: "Inteligência Artificial Generativa na Investigação". Instituto Superior de Gestão e Administração de Santarém

5.2.1.5. Distribuição do serviço docente - Maria de Fátima Alves de Pina

Unidade Curricular	Ciclo de estudos	Total horas contacto	T	TP	PL	TC	S	E	OT	O
Matemática I (em junção)	1.º ciclo Informática de Gestão / 1.º ciclo Gestão de Processos e Operações Empresariais / 1.º ciclo Engenharia da Seg. do Trabalho	60.0		54.0					6.0	
Matemática II (em junção)	1.º ciclo Informática de Gestão / 1.º ciclo Gestão de Processos e Operações Empresariais / 1.º ciclo Engenharia da Seg. do Trabalho	60.0		54.0					6.0	
Métodos Estatísticos	2.º ciclo (mestrado) - Gestão de Recursos Humanos	48.0		42.0					6.0	
Tratamento e Análise de Dados	2.º ciclo (mestrado) Gestão de Empresas	40.0		24.0					16.0	
Estatística	1.º ciclo - Informática de Gestão	22.5		21.0					1.5	
Estatística Aplicada ao Marketing	1.º ciclo - Marketing	45.0		27.0	15.0				3.0	

5.2.1.1. Dados Pessoais - Pedro Manuel Costa Ramos

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)

345 - Gestão e Administração

Área científica deste grau académico (EN)

345 - Business and Management

Ano em que foi obtido este grau académico

2012

Instituição que conferiu este grau académico

Universidade Évora

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

E816-95CD-A702

Orcid

0000-0001-7566-4766

Autorização para que as informações pessoais sejam guardadas e utilizadas para fins funcionais e analíticos

Sim

5.2.1.2. Filiação Unidades de Investigação - Pedro Manuel Costa Ramos

5.2.1.3. Outros graus académicos ou títulos - Pedro Manuel Costa Ramos

Ano	Grau ou Título	Área	Instituição	Classificação
2013	Licenciatura	Gestão de Empresas	Universidade Évora	12
1999	Licenciatura	Gestão de Recursos Humanos e Organização Estratégica	Universidade Évora	12
2005	Mestrado	Sociologia Económica e das Organizações	ISEG	13
2018	Mestrado	Gestão de Marketing	ISG	18

5.2.1.4. Formação pedagógica - Pedro Manuel Costa Ramos

Formação pedagógica relevante para a docência
2021. Workshop Sistemas de Apoio ao Processo Ensino/Aprendizagem (MOODLE e ZOOM) (4 h). ISLA Santarém
2023. Formação Inicial de Formadores - Criap
2023. Capacitação em Conceção e Produção de Conteúdos Digitais. (23 horas). ISLA Santarém
2023. Capacitação em Desenho e Implementação de Cursos a Distância (12 horas). ISLA Santarém
2023. Capacitação em Metodologias Pedagógicas Ativas: Aula Invertida e Gamificação (100h). ISLA Santarém

5.2.1.5. Distribuição do serviço docente - Pedro Manuel Costa Ramos

Unidade Curricular	Ciclo de estudos	Total horas contacto	T	TP	PL	TC	S	E	OT	O
Economia e Finanças Empresariais	2.º ciclo (mestrado) Gestão de Empresas	30.0		24.0					6.0	
Contabilidade e Auditoria	2.º ciclo (mestrado) Gestão de Empresas	30.0		24.0					6.0	
Dissertação	2.º ciclo (mestrado) Gestão de Empresas	20.0								20.0
Fundamentos de Economia (em junção)	1.º ciclo - Gestão de Processos e Operações Empresariais / 1.º ciclo - Informática de Gestão	60.0		54.0					6.0	
Investigação Operacional	1.º ciclo - Gestão de Processos e Operações Empresariais	60.0		54.0					6.0	
Gestão de Stocks (em junção)	1.º ciclo - Gestão de Processos e Operações Empresariais / 1.º ciclo Gestão Comercial	45.0		42.0					3.0	
Projeto de Conceção	1.º ciclo - Gestão de Processos e Operações Empresariais	15.0			10.0				5.0	
Gestão Financeira	1.º ciclo - Marketing	45.0		30.0	12.0				3.0	
Projeto de Desenvolvimento	1.º ciclo - Gestão de Processos e Operações Empresariais	40.0			30.0				10.0	

5.2.1.1. Dados Pessoais - Ricardo Filipe Pateiro Marcão

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)

345 – Gestão e Administração

Área científica deste grau académico (EN)

345 – Management and Administration

Ano em que foi obtido este grau académico

2022

Instituição que conferiu este grau académico

Universidade Europeia

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

AC1E-430D-95B9

Orcid

0000-0003-3277-3078

Autorização para que as informações pessoais sejam guardadas e utilizadas para fins funcionais e analíticos

Sim

5.2.1.2. Filiação Unidades de Investigação - Ricardo Filipe Pateiro Marcão

Unidades de Investigação	Classificação FCT	Instituição de ensino superior (IES)	Tipo unidade investigação	Docente Integrado
Núcleo de Estudos em Ciências Empresariais (NECE)	Muito Bom	Universidade da Beira Interior (UBI)	Outro	
Centro de Investigação em Turismo, Sustentabilidade e Bem-estar (CinTurs)	Muito Bom	Universidade do Algarve (UALg)	Outro	Sim

5.2.1.3. Outros graus académicos ou títulos - Ricardo Filipe Pateiro Marcão

Ano	Grau ou Título	Área	Instituição	Classificação
2014	Mestre	714 - Eletrónica e Automação	IST	14
2012	Licenciatura	714 - Eletrónica e Automação	IST	12

5.2.1.4. Formação pedagógica - Ricardo Filipe Pateiro Marcão

Formação pedagógica relevante para a docência
2023. Capacitação em Conceção e Produção de Conteúdos Digitais. (23 horas). ISLA Santarém
2023. Capacitação em Desenho e Implementação de Cursos a Distância (12 horas). ISLA Santarém
2024. Workshop Científico/Pedagógico: Inteligência Artificial Generativa na Investigação. ISLA Santarém.
2018. Certificado de competências pedagógicas: Comunilog - consulting Lda

5.2.1.5. Distribuição do serviço docente - Ricardo Filipe Pateiro Marcão

Unidade Curricular	Ciclo de estudos	Total horas contacto	T	TP	PL	TC	S	E	OT	O
Gestão Financeira (em junção)	1.º ciclo Gestão Comercial / 1.º ciclo Gestão de Processos e Operações Empresariais / 1.º ciclo Informática de Gestão	45.0		42.0					3.0	
Gestão Estratégica e Marketing	2.º ciclo (mestrado) Gestão de Empresas	30.0		24.0					6.0	
Dissertação	2.º ciclo (mestrado) Gestão de Empresas	20.0								20.0
Gestão das Organizações (em junção)	1.º ciclo - Gestão de Processos e Operações Empresariais / 1.º ciclo Informática de Gestão	60.0		54.0					6.0	
Métodos de Investigação	1.º ciclo Gestão Comercial	45.0		42.0					3.0	
Métodos de Investigação em Ciências Sociais	1.º ciclo - Gestão de Recursos Humanos	45.0		42.0					3.0	
Gestão das Organizações	1.º ciclo - Marketing	60.0		54.0					6.0	
Estratégia e Planeamento Empresarial	1.º ciclo - Marketing	45.0		42.0					3.0	

5.2.1.1. Dados Pessoais - Ricardo Ângelo Rosa Vardasca

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)

481 - Ciências Informáticas

Área científica deste grau académico (EN)

481 - Computer Science

Ano em que foi obtido este grau académico

2010

Instituição que conferiu este grau académico

University of South Wales (Reino Unido), Registado e Reconhecido na U. 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

9F17-FD5F-E767

Orcid

0000-0003-4217-2882

Autorização para que as informações pessoais sejam guardadas e utilizadas para fins funcionais e analíticos

Sim

5.2.1.2. Filiação Unidades de Investigação - Ricardo Ângelo Rosa Vardasca

Unidades de Investigação	Classificação FCT	Instituição de ensino superior (IES)	Tipo unidade investigação	Docente Integrado
Laboratório Associado de Energia, Transportes e Aeronáutica (LAETA)	Excelente	INEGI - Instituto de Ciência e Inovação em Engenharia Mecânica e Engenharia Industrial (INEGI/UP)	Outro	Sim

5.2.1.3. Outros graus académicos ou títulos - Ricardo Ângelo Rosa Vardasca

Ano	Grau ou Título	Área	Instituição	Classificação
2005	Licenciatura	481 - Ciências Informáticas	University of South Wales	18
2006	Licenciatura	481 - Ciências Informáticas	Instituto Politécnico de Leiria	12

5.2.1.4. Formação pedagógica - Ricardo Ângelo Rosa Vardasca

Formação pedagógica relevante para a docência
2005. Curso Inicial de Formação Pedagógica. Plataforma
2006. Curso de Formador em Pedagogia e Igualdade. Compenditur.
2021. Workshop: Sistemas de Apoio ao Processo Ensino/Aprendizagem (MOODLE e ZOOM) (4 h). ISLA Santarém.
2023. e-Formador. Gold Coaching Consultadoria e Formação, Lda., Portugal
2023. Capacitação em Metodologias Pedagógicas Ativas: Aula Invertida e PBL (100h). ISLA Santarém
2023 - Formação de Capacitação em Conceção e Produção de Conteúdos Digitais. (23 horas). ISLA Santarém
2024. Workshop Científico/Pedagógico: Inteligência Artificial Generativa na Investigação. ISLA Santarém.

5.2.1.5. Distribuição do serviço docente - Ricardo Ângelo Rosa Vardasca

Unidade Curricular	Ciclo de estudos	Total horas contacto	T	TP	PL	TC	S	E	OT	O
Projeto Aplicado	1.º ciclo - Informática de Gestão	30.0							30.0	
Estágio	1.º ciclo - Informática de Gestão	30.0							30.0	
Sistemas de Suporte à Decisão	1.º ciclo - Informática de Gestão	45.0		26.0	15.0				4.0	
Inteligência Artificial	1.º ciclo - Informática de Gestão	45.0		26.0	15.0				4.0	
Extração de Conhecimento de Dados	2.º Ciclo - Engenharia de Tecnologias e Sistemas Web	45.0		43.0					2.0	
Inteligência Artificial	2.º Ciclo - Engenharia de Tecnologias e Sistemas Web	45.0		43.0					2.0	
Dissertação/Projeto/Estágio - Parte I	2.º Ciclo - Engenharia de Tecnologias e Sistemas Web	30.0							30.0	
Dissertação/Projeto/Estágio - Parte II	2.º Ciclo - Engenharia de Tecnologias e Sistemas Web	30.0							30.0	
Inteligência Artificial Aplicada ao Marketing	1.º ciclo - Marketing	45.0		24.0	18.0				3.0	

5.2.1.1. Dados Pessoais - Rui Manuel Robalo Frade

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)

342 - Marketing e Publicidade

Área científica deste grau académico (EN)

342 - Marketing and Advertising

Ano em que foi obtido este grau académico

2015

Instituição que conferiu este grau académico

Universidade Sevilha

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

2C12-4697-3B08

Orcid

-

Autorização para que as informações pessoais sejam guardadas e utilizadas para fins funcionais e analíticos

Sim

5.2.1.2. Filiação Unidades de Investigação - Rui Manuel Robalo Frade

Unidades de Investigação	Classificação FCT	Instituição de ensino superior (IES)	Tipo unidade investigação	Docente Integrado
Núcleo de Estudos em Ciências Empresariais (NECE)	Muito Bom	Universidade da Beira Interior (UBI)	Outro	Sim

5.2.1.3. Outros graus académicos ou títulos - Rui Manuel Robalo Frade

Ano	Grau ou Título	Área	Instituição	Classificação
1991	Licenciatura	Administração Militar	Academia Militar	13

5.2.1.4. Formação pedagógica - Rui Manuel Robalo Frade

Formação pedagógica relevante para a docência
2021. Workshop Sistemas de Apoio ao Processo Ensino/Aprendizagem (MOODLE e ZOOM) (4 h). ISLA Santarém.
2023. Capacitação em Metodologias Pedagógicas Ativas: Aula Invertida (50h). ISLA Santarém
2024. Workshop Científico/Pedagógico: Inteligência Artificial Generativa na Investigação. ISLA Santarém.
2023. Capacitação em Desenho e Implementação de Cursos a Distância (12 horas). ISLA Santarém 2023.

5.2.1.5. Distribuição do serviço docente - Rui Manuel Robalo Frade

Unidade Curricular	Ciclo de estudos	Total horas contacto	T	TP	PL	TC	S	E	OT	O
Estudos de Mercado (em junção)	1.º ciclo - Gestão Turística / 1.º ciclo Gestão Comercial	60.0		54.0					6.0	
Promoções e Merchandising	1.º ciclo Gestão Comercial	60.0		54.0					6.0	
Projeto aplicado	1.º ciclo Gestão Comercial	30.0			20.0				10.0	
Gestão Comercial e Força de Vendas	1.º ciclo Gestão Comercial	60.0		54.0					6.0	
Estudos de Mercado	1.º ciclo - Marketing	45.0		27.0	15.0				3.0	
Marketing de Serviços	1.º ciclo - Marketing	45.0		30.0	12.0				3.0	
Simulador de Marketing	1.º ciclo - Marketing	25.0		7.0	15.0				3.0	
Projeto Aplicado / Estágio	1.º ciclo - Marketing	30.0							30.0	

5.2.1.1. Dados Pessoais - Sandra Maria Morgadinho Pacheco

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)

720 - Saúde

Área científica deste grau académico (EN)

720 - Health

Ano em que foi obtido este grau académico

2018

Instituição que conferiu este grau académico

NOVA/Escola Nacional de Saúde Pública

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)

345 - Gestão e Administração

Área científica do título de especialista (EN)

345 - Management and Administration

Ano em que foi obtido o título de especialista

2023

Regime de dedicação na instituição que submete a proposta (%)

100

CienciaVitae

421D-C660-1B39

Orcid

0000-0003-1041-3776

Autorização para que as informações pessoais sejam guardadas e utilizadas para fins funcionais e analíticos

Sim

5.2.1.2. Filiação Unidades de Investigação - Sandra Maria Morgadinho Pacheco

Unidades de Investigação	Classificação FCT	Instituição de ensino superior (IES)	Tipo unidade investigação	Docente Integrado
Centro de Estudos da População, Economia e Sociedade (CEPESE)	Fraco	Centro de Estudos da População, Economia e Sociedade (CEPESE/UP)	Outro	

5.2.1.3. Outros graus académicos ou títulos - Sandra Maria Morgadinho Pacheco

Ano	Grau ou Título	Área	Instituição	Classificação
2002	Licenciatura	345 - Gestão e Administração	ULHT	14
2009	Mestrado	345 - Gestão e Administração	NOVA/Escola Nacional de Saúde Pública	17

5.2.1.4. Formação pedagógica - Sandra Maria Morgadinho Pacheco

Formação pedagógica relevante para a docência
2023. Capacitação em Metodologias Pedagógicas Ativas: Aula Invertida e PBL (100h). ISLA Santarém
2023. Capacitação em Desenho e Implementação de Cursos a Distância (12 horas). ISLA Santarém
2023. Capacitação em Conceção e Produção de Conteúdos Digitais. (23 horas). ISLA Santarém
2024. Workshop Científico(Pedagógico: Inteligência Artificial Generativa na Investigação. ISLA Santarém.

5.2.1.5. Distribuição do serviço docente - Sandra Maria Morgadinho Pacheco

Unidade Curricular	Ciclo de estudos	Total horas contacto	T	TP	PL	TC	S	E	OT	O
Fundamentos de Economia (em junção)	1.º ciclo - Gestão de Recursos Humanos / 1.º ciclo Gestão Comercial	60.0		54.0					6.0	
Concepção e Gestão da Formação (em junção)	1.º ciclo - Gestão de Recursos Humanos / 1.º ciclo Gestão Comercial / 1.º ciclo - Engenharia da Segurança do trabalho	45.0		42.0					3.0	
Comportamento Organizacional	1.º ciclo - Gestão de Recursos Humanos	60.0		54.0					6.0	
Gestão das Pessoas nas Organizações	1.º ciclo - Gestão de Recursos Humanos	60.0		54.0					6.0	
Economia da Empresa	1.º ciclo - Marketing	45.0		42.0					3.0	

5.2.1.1. Dados Pessoais - Patrícia Isabel Patrício Leal Pereira

Vínculo com a IES

Outro vínculo

Categoria

Assistente convidado ou equivalente

Grau Associado

Sim

Grau

Licenciatura - 1º ciclo

Área científica deste grau académico (PT)

342 - Marketing e Publicidade

Área científica deste grau académico (EN)

342 - Marketing and Advertising

Ano em que foi obtido este grau académico

2020

Instituição que conferiu este grau académico

Instituto Politécnico de Santarém

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 (%)

15

CienciaVitae

6814-378D-61A5

Orcid

-

Autorização para que as informações pessoais sejam guardadas e utilizadas para fins funcionais e analíticos

Sim

5.2.1.2. Filiação Unidades de Investigação - Patrícia Isabel Patrício Leal Pereira

5.2.1.3. Outros graus académicos ou títulos - Patrícia Isabel Patrício Leal Pereira

Ano	Grau ou Título	Área	Instituição	Classificação
2021	Pós graduação	Marketing Digital	ISLA - Instituto Superior de Gestão e Administração de Santarém	18

5.2.1.4. Formação pedagógica - Patrícia Isabel Patrício Leal Pereira

Formação pedagógica relevante para a docência
2023. Formação de Capacitação em Conceção e Produção de Conteúdos Digitais. (23 horas). ISLA Santarém.
2023. Formação de Capacitação em Desenho e Implementação de Cursos a Distância (12 horas).ISLA Santarém.
2023. Capacitação em Metodologias Pedagógicas Ativas: Aula Invertida, Gamificação e PBL (150h). ISLA Santarém
2023. Formação Pedagógica Inicial de Formadores B-Learning. Comunilog
2024. Workshop: Conteúdos Interativos com HSP no Moodle. ISLA Santarém.
2024. Workshop Científico/Pedagógico: Inteligência Artificial Generativa na Investigação. ISLA Santarém.

5.2.1.5. Distribuição do serviço docente - Patrícia Isabel Patrício Leal Pereira

Unidade Curricular	Ciclo de estudos	Total horas contacto	T	TP	PL	TC	S	E	OT	O
Comunicação Visual e Design	1.º ciclo - Marketing	45.0		24.0	18.0				3.0	

5.2.1.1. Dados Pessoais - Sílvia Cristina da Costa Salavisa

Vínculo com a IES

Outro vínculo

Categoria

Assistente convidado ou equivalente

Grau Associado

Sim

Grau

Licenciatura - 1º ciclo

Área científica deste grau académico (PT)

222 - Línguas e literaturas estrangeiras

Área científica deste grau académico (EN)

222 - Foreign Languages and Literature

Ano em que foi obtido este grau académico

1996

Instituição que conferiu este grau académico

Instituto Politécnico de Setúbal, Escola Superior de Educação

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 (%)

25

CienciaVita

1412-4065-01BB

Orcid

-

Autorização para que as informações pessoais sejam guardadas e utilizadas para fins funcionais e analíticos

Sim

5.2.1.2. Filiação Unidades de Investigação - Sílvia Cristina da Costa Salavisa

5.2.1.3. Outros graus académicos ou títulos - Sílvia Cristina da Costa Salavisa

5.2.1.4. Formação pedagógica - Sílvia Cristina da Costa Salavisa

Formação pedagógica relevante para a docência
2021. Workshop Sistemas de Apoio ao Processo Ensino/Aprendizagem (MOODLE e ZOOM) (4 h). ISLA Santarém
2023. Capacitação em Metodologias Pedagógicas Ativas: Aula Invertida e Gamificação (100h). ISLA Santarém
2023. Capacitação em Conceção e Produção de Conteúdos Digitais. (23 horas). ISLA Santarém
2023. Capacitação em Desenho e Implementação de Cursos a Distância (12 horas). ISLA Santarém
2024. Workshop: Técnicas de Apresentação em Estúdio. ISLA Santarém.
2024. Workshop Científico/Pedagógico: Inteligência Artificial Generativa na Investigação. ISLA Santarém.
2023. Capacitação digital de docentes, nível 2 (50h) Centro Formação LezíriaTejo
2023. O etwinning vai à escola. (15h) Centro de Formação Pêro de Alenquer
2024. Aceleradores de aprendizagem - a evolução da leitura no Teams. (3h) AESB
2024. Seminário "A saúde mental nas escolas, contextos e desafios" (3h). AESB
2024. Trabalho Interdisciplinar nas Línguas: Potencialização do Trabalho Colaborativo (36h). Centro Formação Lezíria Tejo
2023. Ferramentas digitais: Programa INOVAR, PAA planner e grelhas de avaliação pedagógica. (6) AESB
2020. VIII Encontro Nacional de Formadores - Aprendizagem em rede na era digital - transformação das competências e das práticas? (7h) FORMA-TE
2024. Webinar "Chat GPT, Claude, Copilot e Gemini - venha o diabo e escolha" (3h) FORMA-TE

5.2.1.5. Distribuição do serviço docente - Sílvia Cristina da Costa Salavisa

Unidade Curricular	Ciclo de estudos	Total horas contacto	T	TP	PL	TC	S	E	OT	O
Língua Inglesa	1.º ciclo Gestão Comercial	45.0		42.0					3.0	
Inglês	1.º ciclo - Marketing	45.0		42.0					3.0	

5.2.1.1. Dados Pessoais - Nelson Miguel Martins Duarte

Vínculo com a IES

Outro vínculo

Categoria

Assistente convidado ou equivalente

Grau Associado

Sim

Grau

Mestrado - 2º ciclo

Área científica deste grau académico (PT)

481 - Ciências Informáticas

Área científica deste grau académico (EN)

481 - Computer Science

Ano em que foi obtido este grau académico

2023

Instituição que conferiu este grau académico

ISLA - Instituto Superior de Gestão e Administração de Santarém

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 (%)

30

CienciaVitae

7210-2FF8-CA41

Orcid

0000-0001-6650-0778

Autorização para que as informações pessoais sejam guardadas e utilizadas para fins funcionais e analíticos

Sim

5.2.1.2. Filiação Unidades de Investigação - Nelson Miguel Martins Duarte

5.2.1.3. Outros graus académicos ou títulos - Nelson Miguel Martins Duarte

Ano	Grau ou Título	Área	Instituição	Classificação
217	Licenciatura	481 - Ciências Informáticas	ISLA Santarém	14

5.2.1.4. Formação pedagógica - Nelson Miguel Martins Duarte

Formação pedagógica relevante para a docência
2014. Certificação de Competências Pedagógicas (CCP). ISLA Santarém
2022. Capacitação em Projetos em cocriação com o tecido empresarial (30 horas). ISLA Santarém.
2023. Formação Pedagógica e-Formador e-CCP. IEFP
2023. Formação de Capacitação em Metodologias Pedagógicas Ativas (100 horas). ISLA Santarém.
2023. Formação de Capacitação em Desenho e Implementação de Cursos a Distância (12 horas).ISLA Santarém.
2023. Formação de Capacitação em Conceção e Produção de Conteúdos Digitais. (23 horas). ISLA Santarém.
2024. Workshop: Conteúdos Interativos com HSP no Moodle. ISLA Santarém.
2024. Workshop Científico/Pedagógico: Inteligência Artificial Generativa na Investigação. ISLA Santarém.

5.2.1.5. Distribuição do serviço docente - Nelson Miguel Martins Duarte

Unidade Curricular	Ciclo de estudos	Total horas contacto	T	TP	PL	TC	S	E	OT	O
Comércio Eletrónico	1.º ciclo - Marketing	31.0		15.0	15.0				1.0	
Informática Aplicada ao Marketing	1.º ciclo - Marketing	45.0		9.0	33.0				3.0	

5.2.1.1. Dados Pessoais - Loide Raquel Lopes Ascenso

Vínculo com a IES

Outro vínculo

Categoria

Assistente ou equivalente

Grau Associado

Sim

Grau

Mestrado - 2º ciclo

Área científica deste grau académico (PT)

460 - Matemática e Estatística

Área científica deste grau académico (EN)

460 - Mathematics and Statistics

Ano em que foi obtido este grau académico

2011

Instituição que conferiu este grau académico

Universidade Évora

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

4416-D5EB-93F9

Orcid

-

Autorização para que as informações pessoais sejam guardadas e utilizadas para fins funcionais e analíticos

Sim

5.2.1.2. Filiação Unidades de Investigação - Loide Raquel Lopes Ascenso

5.2.1.3. Outros graus académicos ou títulos - Loide Raquel Lopes Ascenso

Ano	Grau ou Título	Área	Instituição	Classificação
2008	Licenciatura	461 - Matemática	Universidade de Évora	12

5.2.1.4. Formação pedagógica - Loide Raquel Lopes Ascenso

Formação pedagógica relevante para a docência
2021. Workshop Sistemas de Apoio ao Processo Ensino/Aprendizagem (MOODLE e ZOOM) (4 h). ISLA Santarém
2023. Capacitação em Metodologias Pedagógicas Ativas: Aula Invertida e APB (100h). ISLA Santarém
2023. Capacitação em Desenho e Implementação de Cursos a Distância (12 horas). ISLA Santarém
2023. Capacitação em Conceção e Produção de Conteúdos Digitais. (23 horas). ISLA Santarém

5.2.1.5. Distribuição do serviço docente - Loide Raquel Lopes Ascenso

Unidade Curricular	Ciclo de estudos	Total horas contacto	T	TP	PL	TC	S	E	OT	O
Métodos Quantitativos (em junção)	1.º ciclo - Gestão Turística / 1.º ciclo Gestão Comercial / 1.º ciclo Gestão de RH	45.0		42.0					3.0	
Análise e Tratamento de Dados (em junção)	1.º ciclo - Gestão Turística / 1.º ciclo - Gestão Comercial / 1.º ciclo - Gestão de RH	45.0		42.0					3.0	
Análise e Tratamento de Dados	1.º ciclo - Gestão de Processos e Operações Empresariais	45.0		42.0					3.0	
Estatística	1.º ciclo - Informática de Gestão	45.0		42.0					3.0	
Estatística	1.º ciclo - Gestão de Processos e Operações Empresariais	60.0		54.0					6.0	
Métodos Quantitativos	1.º ciclo - Marketing	45.0		27.0	15.0				3.0	

5.2.1.1. Dados Pessoais - Susana Cristina Coelho da Silva Pitta Soares

Vínculo com a IES

Outro vínculo

Categoria

Assistente convidado ou equivalente

Grau Associado

Sim

Grau

Mestrado - 2º ciclo

Área científica deste grau académico (PT)

380 - Direito

Área científica deste grau académico (EN)

380 - Law

Ano em que foi obtido este grau académico

2019

Instituição que conferiu este grau académico

Faculdade de Direito da Universidade de Lisboa

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

181C-39B6-49F2

Orcid

-

Autorização para que as informações pessoais sejam guardadas e utilizadas para fins funcionais e analíticos

Sim

5.2.1.2. Filiação Unidades de Investigação - Susana Cristina Coelho da Silva Pitta Soares

5.2.1.3. Outros graus académicos ou títulos - Susana Cristina Coelho da Silva Pitta Soares

Ano	Grau ou Título	Área	Instituição	Classificação
1999	Licenciatura	223 - Língua e Literatura Materna	Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra	13
2011	Licenciatura	380 - Direito	Faculdade de Direito da Universidade Lusíada de Lisboa	13

5.2.1.4. Formação pedagógica - Susana Cristina Coelho da Silva Pitta Soares

Formação pedagógica relevante para a docência
2023. Capacitação em Conceção e Produção de Conteúdos Digitais. (23 horas). ISLA Santarém
2023. Capacitação em Desenho e Implementação de Cursos a Distância (12 horas). ISLA Santarém

5.2.1.5. Distribuição do serviço docente - Susana Cristina Coelho da Silva Pitta Soares

Unidade Curricular	Ciclo de estudos	Total horas contacto	T	TP	PL	TC	S	E	OT	O
Direito Comercial	1.º ciclo Gestão Comercial	45.0		42.0					3.0	
Direito dos Contratos	1.º ciclo Gestão Comercial	45.0		42.0					3.0	
Direito e Ética da Sociedade de Informação	1.º ciclo - Informática de Gestão	45.0		41.0					4.0	
Direito do Marketing	1.º ciclo - Marketing	45.0		42.0					3.0	

5.2.1.1. Dados Pessoais - Hélder Filipe Santos Barbosa Ferreira

Vínculo com a IES

Outro vínculo

Categoria

Professor Adjunto ou equivalente

Grau Associado

Sim

Grau

Doutoramento - 3º ciclo

Área científica deste grau académico (PT)

342 - Marketing e Publicidade

Área científica deste grau académico (EN)

342 - Marketing and Advertising

Ano em que foi obtido este grau académico

2022

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 (%)

60

CienciaVitae

4119-E145-4580

Orcid

-

Autorização para que as informações pessoais sejam guardadas e utilizadas para fins funcionais e analíticos

Sim

5.2.1.2. Filiação Unidades de Investigação - Hélder Filipe Santos Barbosa Ferreira

Unidades de Investigação	Classificação FCT	Instituição de ensino superior (IES)	Tipo unidade investigação	Docente Integrado
Unidade de Investigação em Design e Comunicação - UNIDCOM/IADE	Muito Bom	Associação para a Investigação em Design, Marketing e Comunicação (EUROPEIA ID)	Outro	Sim

5.2.1.3. Outros graus académicos ou títulos - Hélder Filipe Santos Barbosa Ferreira

Ano	Grau ou Título	Área	Instituição	Classificação
2005	Licenciatura	345 - Gestão e Administração	ISLA - Instituto Superior de Gestão e Tecnologia	14
2010	Mestre	342 - Marketing e Publicidade	Faculdade economia da Universidade do Porto	17

5.2.1.4. Formação pedagógica - Hélder Filipe Santos Barbosa Ferreira

Formação pedagógica relevante para a docência
2024. Workshop Inteligência Artificial Generativa na Investigação. ISLA Santarém.
2015. Formação Pedagógica Inicial de Formadores. Comunilog Consulting Lda.

5.2.1.5. Distribuição do serviço docente - Hélder Filipe Santos Barbosa Ferreira

Unidade Curricular	Ciclo de estudos	Total horas contacto	T	TP	PL	TC	S	E	OT	O
Promoções e Merchandising	1.º ciclo Gestão Comercial	60.0		54.0					6.0	
Marketing Relacional	1.º ciclo Gestão Comercial	60.0		54.0					6.0	
Promoções e Merchandising	1.º ciclo - Marketing	45.0		30.0	12.0				3.0	
Marketing Relacional	1.º ciclo - Marketing	45.0		27.0	15.0				3.0	

5.2.1.1. Dados Pessoais - Vasco Ribeiro Santos

Vínculo com a IES

Outro vínculo

Categoria

Professor Coordenador ou equivalente

Grau Associado

Sim

Grau

Doutoramento - 3º ciclo

Área científica deste grau académico (PT)

342 - Marketing e Publicidade

Área científica deste grau académico (EN)

342 - Marketing and Advertising

Ano em que foi obtido este grau académico

2016

Instituição que conferiu este grau académico

Universiade Fernando Pessoa (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 (%)

60

CienciaVitae

A61E-6C9E-BAB7

Orcid

0000-0002-3535-9377

Autorização para que as informações pessoais sejam guardadas e utilizadas para fins funcionais e analíticos

Sim

5.2.1.2. Filiação Unidades de Investigação - Vasco Ribeiro Santos

Unidades de Investigação	Classificação FCT	Instituição de ensino superior (IES)	Tipo unidade investigação	Docente Integrado
Núcleo de Estudos em Ciências Empresariais (NECE)	Muito Bom	Universidade da Beira Interior (UBI)	Outro	Sim

5.2.1.3. Outros graus académicos ou títulos - Vasco Ribeiro Santos

Ano	Grau ou Título	Área	Instituição	Classificação
2010	Licenciatura	Gestão da Restauração e Catering	IP Leiria	15
2012	Mestrado	Marketing e Promoção Turística	IP Leiria	13
2021	Doutoramento	812 - Turismo e Lazer	Universidade de Sevilha	Aprovado com Sobresaliente
2023	Agregação em Gestão	Gestão	Universidade Europeia	aprovado por unanimidade

5.2.1.4. Formação pedagógica - Vasco Ribeiro Santos

Formação pedagógica relevante para a docência
2024. Workshop Científico/pedagógico: Inteligência Artificial Generativa na Investigação. ISLA Santarém.
2022 - Formação de Capacitação em Projetos em cocriação com o tecido empresarial (30 horas). ISLA Santarém
2023 - Formação de Capacitação em Conceção e Produção de Conteúdos Digitais. (23 horas). ISLA Santarém
2023 - Formação de Capacitação em Desenho e Implementação de Cursos a Distância (12 horas). ISLA Santarém.
2023. Capacitação em Metodologias Pedagógicas Ativas: Aula Invertida e PBL (100h). ISLA Santarém
2023 - Formação de Capacitação “Pitch” (30h). ISLA Santarém.
2023 - Formação de Capacitação “Criação de Valor” (30h). ISLA Santarém.
2023 - Formação de Capacitação “Empreendedorismo” (30h). ISLA Santarém.

5.2.1.5. Distribuição do serviço docente - Vasco Ribeiro Santos

Unidade Curricular	Ciclo de estudos	Total horas contacto	T	TP	PL	TC	S	E	OT	O
Gestão de Marcas	1.º ciclo - Marketing	45.0		33.0	9.0				3.0	
Comportamento do Consumidor	1.º ciclo - Marketing	30.0		28.0					2.0	
Dissertação	2.º ciclo (mestrado) Gestão de Empresas	20.0								20.0
Hotelaria e Restauração	1.º ciclo - Gestão Turística	45.0		42.0					3.0	
Gestão das Organizações (em junção)	1.º ciclo - Gestão de Recursos Humanos / 1.º ciclo - Gestão Comercial / 1.º ciclo Gestão Turística	60.0		54.0					6.0	

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.

5.3.1.2. Número total de ETI.

17.40

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	80.46%
Investigador de Carreira (Art. 3º, alínea l) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018	0.00%
Outro vínculo	19.54%

5.3.3. Corpo docente academicamente qualificado – docentes do ciclo de estudos com o grau de doutor*

Corpo docente academicamente qualificado	ETI	Percentagem*
Docentes do ciclo de estudos com o grau de doutor (ETI)	1220	70.11%

5.3.4. Corpo docente especializado

Corpo docente especializado	ETI	Percentagem*
Doutorados especializados na(s) área(s) fundamental(is) do CE (% total ETI)	11.1	63.79%
Não doutorados, especializados nas áreas fundamentais do CE (% total ETI)	0.0	0.00%
Não doutorados na(s) área(s) fundamental(is) do CE, com Título de Especialista (DL 206/2009) nesta(s) área(s)(% total ETI)	3.0	17.24%
% de docentes com título de especialista ou doutores especializados, na(s) área(s) fundamental(is) do ciclo de estudos (% total ETI)		81.03%

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	15.0	86.21%
Docentes do ciclo de estudos inscritos em programas de doutoramento há mais de um ano (ETI)	4.0	22.99%

5.4. Desempenho do pessoal docente

5.3.1.1 Procedimento de avaliação do desempenho do pessoal docente e medidas conducentes à sua permanente atualização e desenvolvimento profissional (PT).

A avaliação do desempenho do pessoal docente subordina-se aos princípios do Estatuto da Carreira do Pessoal Docente. A avaliação é promovida anualmente, seguindo para o efeito o previsto no regulamento de avaliação de desempenho em vigor na instituição. A avaliação abrange as vertentes: ensino, investigação, desenvolvimento profissional e serviço à escola. Os resultados das avaliações dos docentes são publicados regularmente seguindo-se uma política de total transparência, imparcialidade e objetividade.

O ISLA desenvolve uma política de apoio à valorização do seu corpo docente, designadamente:

- Competências científicas/pedagógicas (metodologias ativas, ensino e aprendizagem online, etc.);
- Apoio na obtenção Título de especialista (pagamento integral do processo);
- Apoio à produção científica (IES suporta os custos totais da publicação);
- Formação técnica específica: SPSS, SmartPLS e BD científicas, Moodle, Aplicações e plataformas educativas, etc.

5.3.1.1 Procedimento de avaliação do desempenho do pessoal docente e medidas conducentes à sua permanente atualização e desenvolvimento profissional (EN).

The performance appraisal of teaching staff is subject to the principles of the Teaching Staff Career Statute. The assessment is carried out annually, in accordance with the performance assessment regulations in force at the institution. The evaluation covers teaching, research, professional development and service to the school. The results of teacher evaluations are published regularly, following a policy of total transparency, impartiality and objectivity.

ISLA develops a policy to support the valorisation of its teaching staff, namely:

- Scientific/pedagogical skills (active methodologies, online teaching and learning, etc.);
- Support in obtaining the title of specialist (full payment of the process);
- Support for scientific production (HEI bears the full costs of publication);
- Specific technical training: SPSS, SmartPLS and scientific databases, Moodle, educational applications and platforms, etc.

5.3.2.1. Observações (EN)

As provided for in Order 16/2022 of the A3ES Board of Directors, the coordination of the study cycle will be assisted in the area of non-face-to-face teaching by Prof. Domingos Martinho (Science ID DF14-D953-4D04), who holds a PhD from the University of Lisbon in Education Sciences with a specialisation in Information and Communication Technologies in Education with the dissertation 'Online teaching in private higher education institutions. The perspectives of teachers and students and the implications for institutional decision-making'.

In addition to his doctorate, Prof. Domingos Martinho is also attending Domingos Martinho has attended training courses on topics relating to online teaching and learning methodologies and the use of digital mediation technologies, which included not only theoretical training, but also practical experience in organising, promoting and managing curricular units/training modules in the non-face-to-face teaching modality, namely training in 'Designing and Implementing Distance Learning Courses', 'Designing and Producing Digital Content', 'Systems to Support the Teaching/Learning Process (MOODLE and ZOOM) - specialising in technologies to support the teaching/learning process. He is responsible for coordinating the ISLA X Academy Portal (<https://www.islasantarem-x.pt/>), where he has planned, developed and implemented the following courses: 'Creating Digital Content with Artificial Intelligence' (author), 'Advanced Text Processing Techniques' (author) and 'Project Management' (co-author).

He has training in active learning methodologies and experience in teaching curricular units/training modules based on these methodologies in both degree programmes (bachelor's and master's degrees) and non-degree programmes (postgraduate courses). Prof Domingos Martinho has published on online teaching:

- Martinho, Domingos; Sobreiro, Pedro; Vardasca, Ricardo (2021). 'Teaching Sentiment in Emergency Online Learning a Conceptual Model'. Education Sciences 11 2: 53. <http://dx.doi.org/10.3390/educsci11020053>
- Martinho, Domingos; Santos, Eulália; Miguel, Maria; Cordeiro, Dina (2018). 'Factors that Influence the Adoption of Postgraduate Online Courses'. International Journal of Emerging Technologies in Learning (IJET) 13 12: 123-141. <http://dx.doi.org/10.3991/ijet.v13i12.8864>
- Martinho, Domingos; Jorge, Idalina (2016). The Constraints of face-to-face Higher Education Teachers about the adoption of online learning'. RIED - Revista Iberoamericana de Educación a Distancia 19 1: 161-182.
- Martinho, Domingos; Idalina Jorge; Rui Brites (2015). 'The acceptance model of online learning by face-to-face higher education students'. Proceedings of the 10th Iberian Conference on Information Systems and Technologies, Águada, 2015.
- Jorge, Idalina; Martinho, Domingos (2015). The factors that lead higher education teachers to adopt online teaching. Revista Paidé@ 7 12: 1-18

5.3.2.1. Observações (PT)

Conforme previsto no Despacho 16/2022 do CA da A3ES, a Coordenação do ciclo de estudos será coadjuvada, para a área do ensino não presencial, pelo Prof. Domingos Martinho (Ciência ID DF14-D953-4D04) doutorado em Ciências da Educação com Especialização em Tecnologias de Informação e Comunicação na Educação pela Universidade de Lisboa com a dissertação "O ensino online nas instituições de ensino superior privado. As perspectivas: docente e discente e as implicações na tomada de decisão Institucional".

Para além do doutoramento, o Prof. Domingos Martinho tem frequência de ações de formação sobre temas relativos a metodologias de ensino e aprendizagem online e uso de tecnologias de mediação digital, que incluiu não apenas formação teórica, mas também experiência prática de organização, dinamização e gestão de unidades curriculares/módulos de formação na modalidade ensino não presencial, nomeadamente formação em "Desenho e Implementação de Cursos a Distância", "Conceção e Produção de Conteúdos Digitais", "Sistemas de Apoio ao Processo Ensino/Aprendizagem (MOODLE e ZOOM) – especialização em tecnologias de apoio ao processo ensino/aprendizagem". É responsável pela coordenação do Portal ISLA X Academy (<https://www.islasantarem-x.pt/>) no âmbito do qual planeou, desenvolveu e implementou os cursos: "Criação de Conteúdos Digitais com Inteligência Artificial" (autor), "Técnicas Avançadas de Processamento de Texto" (autor) e "Gestão de Projetos" (co-autor).

Possui formação em metodologias ativas de aprendizagem e experiência na lecionação de unidades curriculares/módulos de formação com base nessas metodologias quer em cursos com grau (licenciatura e mestrado) quer em cursos sem grau (pós graduações).

O Prof. Domingos Martinho tem publicações relacionadas com o ensino online:

- Martinho, Domingos; Sobreiro, Pedro; Vardasca, Ricardo (2021). "Teaching Sentiment in Emergency Online Learning a Conceptual Model". *Education Sciences* 11 2: 53. <http://dx.doi.org/10.3390/educsci11020053>
- Martinho, Domingos; Santos, Eulália; Miguel, Maria; Cordeiro, Dina (2018). "Factors that Influence the Adoption of Postgraduate Online Courses". *International Journal of Emerging Technologies in Learning (IJET)* 13 12: 123-141. <http://dx.doi.org/10.3991/ijet.v13i12.8864>
- Martinho, Domingos; Jorge, Idalina (2016). The Constraints of face-to-face Higher Education Teachers about the adoption of online learning". *RIED - Revista Iberoamericana de Educación a Distancia* 19 1: 161-182.
- Martinho, Domingos; Idalina Jorge; Rui Brites (2015). "The acceptance model of online learning by face-to-face higher education students". *Proceedings of the 10th Iberian Conference on Information Systems and Technologies*, Águeda, 2015.
- Jorge, Idalina; Martinho, Domingos (2015). Os fatores que levam os professores do ensino superior a adotar o ensino online. *Revista Paidé@* 7 12: 1-18

6. Pessoal técnico, administrativo e de gestão

6.1. Número e regime de dedicação do pessoal técnico, administrativo e de gestão afeto à lecionação do ciclo de estudos. Apresentação da estrutura e organização da equipa que colaborará com os docentes do ciclo de estudos. (PT)

O ISLA Santarém dispõe de recursos humanos, nomeadamente de pessoal técnico, administrativo e de gestão, suficiente para assegurar o bom funcionamento das atividades académicas e deste CE em particular. Assim conta com 20 funcionários em regime de contrato de trabalho sem termo (tempo completo). A média de idades deste pessoal é de 41,5 anos, sendo 29,4% do género masculino e 70,6% do género feminino.

Estes colaboradores asseguram o funcionamento de todos os serviços, nomeadamente: académicos, qualidade, internacionalização, relações institucionais, projetos, apoio ao estudante, apoio a laboratórios, apoio técnico às atividades síncronas, etc. Até ao presente não se revelou necessário afetar, em exclusividade, qualquer colaborador não docente a determinado CE, estando a organização e acompanhamento das atividades práticas à responsabilidade do(s) docente(s) das UC respetivas, que procedem à articulação com o serviço que considerem mais adequado para o efeito, incluindo as atividades que impliquem a deslocação dos estudantes, nomeadamente atividades fora das instalações ou visitas de estudo.

Os serviços de Bar/Cafeteria e Limpeza são assegurados por entidades externas, (não contabilizados acima) que incrementam substancialmente o número de funcionários dedicados à qualidade do serviço prestado.

Complementarmente os serviços da IES contam com o apoio dos serviços técnicos centrais na áreas das TI do Grupo Ensino Lusófona que asseguram a gestão e administração das plataformas, nomeadamente, o portal institucional (www.islasantarem.pt), o portal de candidatura e matrícula (CSSnet) e inscrição (SIAnet), o NETPA (docentes/estudantes) e o sistema de gestão de bibliotecas (DocBase/Prisma).

(1) Apoio técnico às atividades síncronas.

O apoio técnico às atividades síncronas será assegurado pela equipa do centro de informática do ISLA Santarém com dois elementos (um mestre em Engenharia de Tecnologias e Sistemas Web e com formação em Conceção e Produção de Conteúdos Digitais e outro com formação na área da multimédia (nível V) e capacitação técnica relacionada com as plataformas de ensino aprendizagem e produção de ferramentas e conteúdos digitais, com suporte do estúdio de TV do ISLA. Este apoio é prestado na elaboração e disponibilização de tutoriais para os utilizadores, resolução de problemas e esclarecimento de dúvidas. Sem prejuízo da realização de atividades iniciais de integração/ambientação previstas, serão disponibilizados tutoriais de apoio ao uso dos meios tecnológicos e todas as informações consideradas relevantes para apoiar os docentes e os estudantes neste contexto. O serviço referido anteriormente, assegurará ainda que todos os docentes e estudantes do CE dispõem de credenciais de acesso a todos recursos digitais partilhados (plataformas NETPA, Moodle, plataforma Zoom, plataformas e sistemas específicos) de modo a desenvolverem de forma eficaz as atividades letivas que lhes estiverem atribuídas.

6.1. Número e regime de dedicação do pessoal técnico, administrativo e de gestão afeto à lecionação do ciclo de estudos. Apresentação da estrutura e organização da equipa que colaborará com os docentes do ciclo de estudos. (EN)

ISLA Santarém has sufficient human resources, namely technical, administrative and management staff, to ensure the smooth running of academic activities and this EC in particular. It has 20 employees on permanent (full-time) contracts. The average age of these staff is 41.5 years, 29.4 per cent male and 70.6 per cent female.

These staff ensure the functioning of all services, namely: academic, quality, internationalisation, institutional relations, projects, student support, laboratory support, technical support for synchronous activities, etc. So far it has not proved necessary to assign any non-teaching staff exclusively to a particular CE, with the organisation and monitoring of practical activities being the responsibility of the teacher(s) of the respective UC, who liaise with the service they consider most appropriate for the purpose, including activities that involve students travelling, namely off-site activities or study visits.

The Bar/Cafeteria and Cleaning services are provided by external organisations (not accounted for above) which substantially increase the number of staff dedicated to the quality of the service provided.

In addition, the HEI's services are supported by the central IT technical services of the Lusófona Teaching Group, which manage and administer the platforms, namely the institutional portal (www.islasantarem.pt), the application and enrolment portal (CSSnet) and enrolment (SIAnet), NETPA (teachers/students) and the library management system (DocBase/Prisma).

(1) Technical support for synchronous activities.

Technical support for synchronous activities will be provided by the ISLA Santarém computer centre team with two members (one with a master's degree in Web Technologies and Systems Engineering and training in Digital Content Design and Production and the other with training in multimedia (level V) and technical training related to teaching-learning platforms and the production of digital tools and content, with support from the ISLA TV studio. This support is provided by drawing up and making available tutorials for users, solving problems and clarifying doubts. Without prejudice to the initial integration/ambition activities planned, tutorials will be provided to support the use of technological resources and all the information deemed relevant to support teachers and students in this context. The aforementioned service will also ensure that all EC teachers and students have access credentials to all shared digital resources (NETPA platforms, Moodle, Zoom platform, specific platforms and systems) in order to effectively carry out the teaching activities assigned to them.

6.2. Qualificação do pessoal técnico, administrativo e de gestão de apoio à lecionação do ciclo de estudos. (PT)

O pessoal técnico, administrativo e de gestão de apoio à lecionação do ciclo de estudos dispõe das qualificações técnicas adequadas à realização das respetivas tarefas e possui as seguintes qualificações académicas:

Habilitações académicas / Número

- Mestrado: 4
- Licenciatura: 9
- Ensino secundário: 3
- Ensino secundário (incompleto): 2
- Ensino básico: 2

Verifica-se assim que 13 (65%) dos 20 funcionários (técnico, administrativo e de gestão) ao serviço da IES com intervenção direta no apoio à lecionação do ciclo de estudos possuem habilitações superiores (mestrado ou licenciatura).

6.2. Qualificação do pessoal técnico, administrativo e de gestão de apoio à lecionação do ciclo de estudos. (EN)

The technical, administrative and management staff supporting the teaching of the study programme have the appropriate technical qualifications to carry out their tasks and have the following academic qualifications:

Academic qualifications / Number

- Master's degree: 4
- Bachelor's degree: 9
- Secondary education: 3
- Secondary education (incomplete): 2
- Basic education: 2

As a result, 13 (65 per cent) of the 20 employees (technical, administrative and management) working at the HEI who are directly involved in supporting the teaching of the study cycle have higher education qualifications (master's or bachelor's degrees).

6.3. Procedimento de avaliação do pessoal técnico, administrativo e de gestão e medidas conducentes à sua permanente atualização e desenvolvimento profissional. (PT)

A avaliação do pessoal técnico, administrativo e de gestão decorre (anualmente) conforme previsto no Regulamento aprovado.

O processo de avaliação tem como objetivo principal a valorização do desempenho dos trabalhadores e a avaliação contínua da sua atividade (...). A avaliação do desempenho tem, designadamente, os seguintes efeitos: a) Identificação de potencialidades pessoais e profissionais do trabalhador que devam ser desenvolvidas; b) Diagnóstico de necessidades de formação; c) Promover a progressão na carreira do trabalhador.

O ISLA Santarém desenvolve as atividades previstas no plano de formação que decorre da avaliação de desempenho ajustando esse plano às necessidades dos destinatários.

Complementarmente a IES dispõe do Regulamento de Ação Social no qual se preveem, entre outros, apoios para a qualificação que constituem uma componente importante na valorização do pessoal não docente com impacto relevante no cumprimento da missão.

6.3. Procedimento de avaliação do pessoal técnico, administrativo e de gestão e medidas conducentes à sua permanente atualização e desenvolvimento profissional. (EN)

The appraisal of technical, administrative and management staff takes place (annually) in accordance with the approved regulations.

The main aim of the appraisal process is to enhance the performance of employees and continuously evaluate their activity (...)

Performance appraisal has the following effects: a) Identifying the employee's personal and professional potential that should be developed; b) Diagnosing training needs; c) Promoting the employee's career progression.

ISLA Santarém carries out the activities set out in the training plan resulting from the performance appraisal, adjusting this plan to the needs of the recipients.

In addition, the HEI has Social Action Regulations which provide, among other things, support for qualifications which

are an important component in the valorisation of non-teaching staff with a significant impact on the fulfilment of the mission.

7. Instalações e Equipamentos

7. 1. Instalações físicas afetas e/ou utilizadas pelo ciclo de estudos, se aplicável. (PT)

O ISLA Santarém funciona em dois edifícios que distam cerca de 100 metros um do outro. As instalações do novo edifício ISLA Campus (Rua Teixeira Guedes) foram objeto de obras de requalificação concluídas em março de 2023. Assim, a instituição está dotada de excelentes condições de trabalho para toda a comunidade académica dispondo, para além dos espaços reservados ao funcionamento das várias estruturas (gabinetes, salas de reuniões, salas de trabalho para funcionários e docentes, etc.), de:

- 24 Salas de aula;
- 8 laboratórios de informática;
- Estúdio de produção TV;
- 3 auditórios;
- 8 salas de estudo;
- 3 Bares/cafetaria;
- Biblioteca;
- Sala da ISLA Business Consulting;
- Espaços para investigação e projetos.

Dispomos de equipamentos modernos e adequados ao funcionamento das atividades previstas.

As instalações serão afetas ao ciclo de estudos conforme as necessidades de lecionação e trabalho autónomo dos estudantes.

7. 1. Instalações físicas afetas e/ou utilizadas pelo ciclo de estudos, se aplicável. (EN)

ISLA Santarém operates in two buildings about 100 metres apart. The facilities in the new ISLA Campus building (Rua Teixeira Guedes) underwent refurbishment work that was completed in March 2023. As a result, the institution is equipped with excellent working conditions for the entire academic community.

functioning of the various structures (offices, meeting rooms, work rooms for staff and teachers, etc.), of:

- 24 classrooms;
- 8 computer labs;
- TV production studio;
- 3 auditoriums;
- 8 study rooms;
- 3 bars/cafeterias;
- Library;
- ISLA Business Consulting room;
- Spaces for research and projects.

We have modern equipment suitable for the operation of the planned activities.

The facilities will be allocated to the cycle of studies according to the needs of teaching and autonomous student work.

7. 2. Sistemas tecnológicos e recursos digitais de mediação afetos e/ou utilizados especificamente pelos estudantes do ciclo de estudos. (PT)

Os sistemas tecnológicos e os recursos digitais de mediação afetos e/ou utilizados especificamente pelos estudantes do ciclo de estudos são os seguintes:

- Plataforma Moodle de apoio à aprendizagem com carácter obrigatório para todas as unidades curriculares.
- Plataforma de vídeo conferência Teams para suporte das sessões síncronas a distância e outras atividades colaborativas.
- Secretaria virtual (NETPA) disponível para estudantes e docentes.
- Office 365 Google Suite e outros softwares disponíveis para o CE conforme se descreve no ponto 7.3.

As potencialidades destes recursos bem como as respetivas estratégias de utilização são descritas no ponto 4.5.2.1.1. Modelo pedagógico.

O ISLA Santarém proporciona ainda a toda a comunidade académica, acesso ilimitado à internet, em todo o Campus e dispositivos multimédia e de projeção disponíveis nas salas de aulas.

7. 2. Sistemas tecnológicos e recursos digitais de mediação afetos e/ou utilizados especificamente pelos estudantes do ciclo de estudos. (EN)

The technological systems and digital mediation resources assigned to and/or used specifically by the students of the study cycle are as follows:

- Moodle learning support platform, which is compulsory for all course units.
- Teams video conferencing platform to support synchronous distance sessions and other collaborative activities.
- Virtual secretary (NETPA) available for students and teachers.
- Office 365 Google Suite and other software available for the EC as described in point 7.3.

Apresentação do pedido | Novo ciclo de estudos

The potential of these resources as well as the respective utilisation strategies are described in point 4.5.2.1.1. Pedagogical model.

ISLA Santarém also provides the entire academic community with unlimited internet access throughout the campus and multimedia and projection devices available in the classrooms.

7. 3. Principais equipamentos e materiais afetos e/ou utilizados pelo ciclo de estudos. (PT)

A instituição dispõe dos seguintes recursos disponíveis para utilização pelo ciclo de estudos:

- Bases de dados e recursos da EBSCO, Proquest Business Collection, Sabi, entre outros.
 - 8 Laboratórios de Informática equipados com 24 computadores por laboratório + 24 monitores 22"/24".
 - Estudio de TV equipado com Fundo de Chroma, NewTek Tricaster e, Control Surface (14-button), 3 Câmaras P009548 AW-UE50KEJ 4K Integrated, Kit Teleprompter, Kit Áudio / Microfonia Broadcast, etc.)
 - Microsoft Campus Agreement (Windows Server, SQL Server, Azure DevOps Server, Exchange Server, SharePointServer, Windows 10/11, Project, Office 365 (gratuito para estudantes e docentes).
 - Amazon Web Services (AWS).
 - Ferramentas baseadas em IA (ChatGPT, ChatPDF, Gemini, Perplexity.AI, SemanticScholar, Trinkai.AI).
 - Plataforma de tradução DeepL.
 - Gestor de referências de código aberto (Mendeley ou Zotero).
 - Plataforma RD Station.
 - Plataforma Qualtrics.
 - Plataforma simulador CESIM
 - Sistema de gestão de conteúdos (CSM) Wordpress e Joomla.
 - Software Adobe InDesign, Adobe Illustrator, Canva.
 - Software ERP PHC (inclui Contabilidade, CRM, Qualidade, Transportes e Logística).
 - Software IBM SPSS (Licença Campus), Jamovi, JASP.
 - Software Python (Anaconda, SKLearn, Pytholog).
 - Software SmartPLS.
 - Google Analytics, Google Suite, Google tradutor.
 - Cisco Networking Academy (Cibersecurity).
- Dispositivos multimédia e de projecção disponíveis em todas as salas de aulas.
- Acesso ilimitado à internet, em todas as instalações da IES.

7. 3. Principais equipamentos e materiais afetos e/ou utilizados pelo ciclo de estudos. (EN)

The institution has the following resources available for use by the cycle of studies:

- EBSCO databases and resources, Proquest Business Collection, Sabi, among others.
 - 8 computer labs equipped with 24 computers per lab + 24 22"/24' monitors.
 - TV studio equipped with Chroma Background, NewTek Tricaster e, Control Surface (14-button), 3 P009548 AW-UE50KEJ 4K Integrated Cameras, Teleprompter Kit, Broadcast Audio/Microphone Kit, etc.)
 - Microsoft Campus Agreement (Windows Server, SQL Server, Azure DevOps Server, Exchange Server, SharePointServer, Windows 10/11, Project, Office 365 (free for students and teachers).
 - Amazon Web Services (AWS).
 - AI-based tools (ChatGPT, ChatPDF, Gemini, Perplexity.AI, SemanticScholar, Trinkai.AI).
 - Translation platform DeepL.
 - Open source reference manager (Mendeley or Zotero).
 - RD Station platform.
 - Qualtrics platform.
 - CESIM simulator platform
 - Wordpress and Joomla content management system (CSM).
 - Adobe InDesign, Adobe Illustrator, Canva software.
 - PHC ERP software (includes Accounting, CRM, Transport and Logistics).
 - IBM SPSS software (Campus licence), Jamovi, JASP.
 - Python software (Anaconda, SKLearn, Pytholog).
 - SmartPLS software.
 - Database technologies (MS SQL Server, MySQL, PostgreSQL and MongoDB).
 - BI technologies (Microsoft Azure with Power BI; Jaspersoft).
 - Google Analytics, Google Suite.
 - Cisco Networking Academy (Cybersecurity).
- Multimedia and projection devices available in all classrooms.
- Unlimited internet access in all HEI facilities.

8. Atividades de investigação e desenvolvimento e/ou de formação avançada e desenvolvimento profissional de alto nível

8.1. Unidade(s) de investigação, no ramo de conhecimento ou especialidade do ciclo de estudos, em que os docentes desenvolvem a sua atividade científica.

Unidade de investigação	Classificação (FCT)	IES	Tipos de Unidade de Investigação	N.º total de docentes	N.º de docentes do ciclo de estudos integrados
Centro de Estudos da População, Economia e Sociedade (CEPESE)	Fraco	Centro de Estudos da População, Economia e Sociedade (CEPESE/UP)	Outro	2	1
Centro de Estudos de Gestão do Instituto Superior Técnico (CEG-IST)	Muito Bom	Associação do Instituto Superior Técnico para a Investigação e o Desenvolvimento (IST-ID)	Outro	1	1
Centro de Estudos e Formação Avançada em Gestão e Economia da Universidade de Évora (CEFAGE-UE)	Bom	Universidade de Évora (UE)	Outro	2	1
Centro de Investigação em Turismo, Sustentabilidade e Bem-estar (CinTurs)	Muito Bom	Universidade do Algarve (UALg)	Outro	2	1
Instituto de Comunicação da NOVA (ICNOVA)	Excelente	Faculdade de Ciências Sociais e Humanas (FCSH/UNL)	Outro	1	0
Instituto de Sistemas e Robótica - ISR – COIMBRA (ISR-UC)	Excelente	Instituto de Sistemas e Robótica (ISR)	Outro	1	0
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	1
Núcleo de Estudos em Ciências Empresariais (NECE)	Muito Bom	Universidade da Beira Interior (UBI)	Outro	7	5
Unidade de Investigação em Design e Comunicação - UNIDCOM/IADE	Muito Bom	Associação para a Investigação em Design, Marketing e Comunicação (EUROPEIA ID)	Outro	1	1
Unidade de Investigação em Governança, Competitividade e Políticas Públicas (GOVCOPP)	Muito Bom	Universidade de Aveiro (UA)	Outro	1	0

8.2. Lista dos principais projetos e/ou parcerias nacionais e internacionais (PT)

Projetos: - Consórcio HEAD_L - "Aliança do Ensino Superior para o Desenvolvimento da Educação, Formação e Investigação no Espaço Lusófono (Univ. Lusófona, ISEC, ISMAT, IP Luso, ISLA Santarém e ISLA Gaia). Financiamento: 7.400.000€ - Consórcio INOVEDU. (Univ. Lusófona, ISEC, ISMAT, IP Luso, ISLA Santarém e ISLA Gaia). Financiamento: 540.000€ - Consórcio EU4EU. Parceiros: ISLA Santarém; ISG, Univ. Coimbra; Egas Moniz; ESSE - Ensino Superior Empresarial, Lda; ISCIA; Univ. Fernando Pessoa; IP Setúbal; Univ. Lusófona. - Skills-4-Pós-COVID - Competências para o futuro no Ensino Superior, financiado pelo POCH no âmbito do PRR. (Financiamento: 347.413,50€). - Bairros Comerciais Digitais – (candidatura da Câmara Municipal de Santarém a financiamento PRR). 936.850,54 € - Be young be entrepreneur. Este projeto envolve parceiros dos seguintes países: Portugal, França, Grécia e Itália. Financiado pelo ERASMUS + KA220-SCH-4854C9D0. (em execução - Financiamento aprovado: 398.100€). - Consórcio no âmbito da medida "Líder + Digital. Consórcio ISLA Santarém, CONFAGRI e FENADEGAS. candidatura n.º 311/2024/L+D – (Norte) - 60.000 €; candidatura n.º 312/2024/L+D (Centro) – 60.000 €; candidatura n.º 120/2024/L+D (Alentejo) – 30.000 € - Consórcio no âmbito da medida "Líder + Digital", Consórcio NERSANT – Associação Empresarial da Região de Santarém, ISLA Santarém, IP Santarém e IP Tomar. (Região de Lisboa e Vale do Tejo) – 300.000 € - Candidatura ao Aviso SIAC - Plano de Descarbonização. Consórcio ANESPO e ISLA Santarém .Financiado pelo COMPETE-2024-8 (301.819€). Pré-candidatura aprovada. - 1 candidatura ERASMUS + KA220-VET-A9C2EC31 – (Equipa 3 docentes +25 estudantes). Consórcio Hungria, França, Grécia, Portugal – ISLA). Aguarda

decisão. - 3 candidaturas ERASMUS KA2 (Ação chave 2) que se encontram a aguardar decisão. - 1 candidatura ERASMUS + / (Small-scale Partnerships) que se encontra a aguardar decisão. - 2 candidaturas ao Concurso de Projetos de Investigação FCT a aguardar decisão. Dispomos de 150 protocolos de mobilidade ativos (com escolas europeias), 20 protocolos de colaboração assinados com IES nacionais e europeias, integramos 4 redes internacionais (BUSINET – Global Higher Education Network (146 membros, 34 países); GUNI – Global University Network for Innovation (352 membros, 97 países); Programa Damião de Góis (15 instituições do espaço lusófono); REDE ENLAZAR (Rede de IES privadas Latino-americanas – América do sul, Caraíbas, Espanha e Portugal) e vários projetos KA2 em desenvolvimento e candidatura. Os protocolos de parceria podem ser consultados no portal web da instituição. Em 2023/24 acolhemos 6 docentes, 6 funcionários não docentes e 26 estudantes em mobilidade. Ao nível de outgoing tivemos 20 docentes, 3 funcionários não docentes e 42 estudantes em mobilidade.

8.2. Lista dos principais projetos e/ou parcerias nacionais e internacionais (EN)

Projects: - HEAD_L Consortium - 'Higher Education Alliance for the Development of Education, Training and Research in the Lusophone Area (Univ. Lusófona, ISEC, ISMAT, IP Luso, ISLA Santarém and ISLA Gaia). Funding: 7,400,000 euros - INOVEDU Consortium. (Univ. Lusófona, ISEC, ISMAT, IP Luso, ISLA Santarém and ISLA Gaia). Funding: €540,000 - EU4EU Consortium. Partners: ISLA Santarém; ISG, Univ. Coimbra; Egas Moniz; ESSE - Ensino Superior Empresarial, Lda; ISCIA; Univ. Fernando Pessoa; IP Setúbal; Univ. Lusófona. - Skills-4-Pós-COVID - Competences for the future in Higher Education, financed by POCH under the PRR. (Funding: 347,413.50€). - Digital Business Neighbourhoods - (Santarém City Council application for PRR funding). 936.850,54 € - Be young be entrepreneur. This project involves partners from the following countries: Portugal, France, Greece and Italy. Funded by ERASMUS + KA220-SCH-4854C9D0 (underway - Approved funding: €398,100). - Consortium under the 'Leader + Digital' measure. ISLA Santarém, CONFAGRI and FENADEGAS consortium. application no. 311/2024/L+D - (North) - 60,000 €; application no. 312/2024/L+D (Centre) - 60,000 €; application no. 120/2024/L+D (Alentejo) - 30,000 €. - Consortium under the 'Líder + Digital' measure, NERSANT Consortium - Business Association of the Santarém Region, ISLA Santarém, IP Santarém and IP Tomar (Lisbon and Tagus Valley Region) - 300,000 € - Application for SIAC Notice - Decarbonisation Plan. ANESPO and ISLA Santarém consortium. Financed by COMPETE-2024-8 (301.819€). Pre-application approved. - 1 ERASMUS + KA220-VET-A9C2EC31 application - (Team 3 teachers +25 students). Consortium Hungary, France, Greece, Portugal - ISLA). Awaiting decision. - 3 ERASMUS KA2 applications (Key Action 2) awaiting decision. - 1 ERASMUS + / (Small-scale Partnerships) application awaiting a decision. - 2 applications to the FCT Call for Research Projects awaiting a decision. We have 150 active mobility protocols (with European schools), 20 collaboration protocols signed with national and European HEIs, we are part of 4 international networks (BUSINET - Global Higher Education Network (146 members, 34 countries); GUNI - Global University Network for Innovation (352 members, 97 countries); Damião de Góis Programme (15 institutions in the Portuguese-speaking area); REDE ENLAZAR (Network of private Latin American HEIs - South America, Caribbean, Spain and Portugal) and several KA2 projects under development and application. The partnership protocols can be consulted on the institution's web portal. In 2023/24 we welcomed 6 teaching staff, 6 non-teaching staff and 26 mobile students. In terms of outgoing students, we had 20 teaching staff, 3 non-teaching staff and 42 mobile students.

9. Política de proteção de dados

9.1. Política de proteção de dados (Regulamento (UE) n.º 679/2016, de 27 de abril transposto para a Lei n.º 58/2019, de 8 de agosto)

[Ensino Lusófona Política de dados 2023.pdf](#) | PDF | 692.5 Kb

10. Comparação com ciclos de estudos de referência no espaço europeu

10.1. Exemplos de ciclos de estudos existentes em instituições de referência (PT)

Para a preparação da presente proposta em Marketing procedeu-se à análise da oferta formativa de 1.º ciclo, com a designação Marketing ou Gestão de Marketing, de diferentes instituições de ensino, nacionais (instituições politécnicas com oferta em modelo presencial) e europeias (neste caso optou-se por CE com duração de 3 anos), designadamente:

Portugal:

- IP Bragança: Marketing
- IP Coimbra: Marketing
- IP Guarda: Marketing
- IP Leiria: Marketing
- IP Porto: Marketing
- IP Santarém: Gestão de Marketing
- IP Setúbal: Marketing
- IP Viseu: Marketing

Europa:

- Independent College (Ireland): Marketing
- Jönköping University (Sweden): Marketing Management
- University of Liverpool (UK): Marketing

- Global College Malta: BA Marketing
- University of Portsmouth (UK): BA (Hons) Marketing
- UWE Bristol (UK): BA (Hons) Marketing

10.1. Exemplos de ciclos de estudos existentes em instituições de referência (EN)

In order to prepare this proposal in Marketing, we analysed the 1st cycle training offer, with the designation Marketing or Marketing Management, from different national (polytechnic institutions with a face-to-face offer) and European (in this case we opted for a 3-year CE) educational institutions, namely:

Portugal:

- IP Bragança: Marketing
- IP Coimbra: Marketing
- IP Guarda: Marketing
- IP Leiria: Marketing
- IP Porto: Marketing
- IP Santarém: Marketing Management
- IP Setúbal: Marketing
- IP Viseu: Marketing

Europe:

- Independent College (Ireland): Marketing
- Jönköping University (Sweden): Marketing Management
- University of Liverpool (UK): Marketing
- Global College Malta: BA Marketing
- University of Portsmouth (UK): BA (Hons) Marketing
- UWE Bristol (UK): BA (Hons) Marketing

10.2. Comparação com objetivos de aprendizagem de ciclos de estudos análogos (PT)

- Os objetivos são muito semelhantes ao CE proposto e indicam a necessidade de se proporcionar uma visão abrangente da realidade empresarial, sustentada nas áreas científicas de base, e assente em estudos/atividades de caráter essencialmente prático.
- Deduz-se, principalmente nas ofertas europeias, a preocupação de desenvolver a capacidade de investigação dos estudantes, que lhes permita um alto desempenho, em contexto empresarial ou académico.
- Observa-se os Planos de Estudos, a nível nacional, estruturados com um número elevado de UC na área científica do Marketing (entre 63 e 92 ECTS) o que demonstra uma aposta na especialização. A maioria dos ciclos de estudos nacionais (6/8) incluem a área 345 como área científica fundamental (+45 ECTS).
- A maioria dos ciclos de estudos nacionais (6/8) oferece UC em opção. Metade dos europeus também opta por essa estratégia.
- Todas as ofertas nacionais incluem as opções Projeto/Estágio, enquanto as europeias incluem apenas Projeto.

10.2. Comparação com objetivos de aprendizagem de ciclos de estudos análogos (EN)

- The objectives are very similar to the proposed EC and indicate the need to provide a comprehensive vision of the business reality, underpinned by the basic scientific areas and based on essentially practical studies/activities.
- It can be seen, especially in the European programmes, that there is a concern to develop students' research capacity, enabling them to perform at a high level in a business or academic context.
- At national level, study plans are structured with a high number of courses in the scientific area of Marketing (between 63 and 92 ECTS), which demonstrates a commitment to specialisation. The majority of national study programmes (6/8) include area 345 as a fundamental scientific area (+45 ECTS).
- The majority of national programmes (6/8) offer UC options. Half of Europeans also opt for this strategy.
- All national programmes include Project/Internship options, while European programmes only include Project.

11. Estágios-Formação

11.1. e 11.2 Estágios e/ou Formação em Serviço

Mapa VI - A.S. - Empresas das Águas de Santarém – EM

11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:

A.S. - Empresas das Águas de Santarém – EM

11.1.2. Protocolo:

[Águas de Santarém.pdf](#) | PDF | 1.3 Mb

Mapa VI - ACTON IT SA**11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:***ACTON IT SA***11.1.2. Protocolo:**[Protocolo ACTON IT.pdf](#) | PDF | 579 Kb**Mapa VI - Amorim Florestal, SA****11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:***Amorim Florestal, SA***11.1.2. Protocolo:**[Protocolo Amorim Florestal, S.A. compressed.pdf](#) | PDF | 301.7 Kb**Mapa VI - APAS - Associação dos Produtores Agrícolas da Sobrena****11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:***APAS - Associação dos Produtores Agrícolas da Sobrena***11.1.2. Protocolo:**[APAS.pdf](#) | PDF | 4.8 Mb**Mapa VI - BCM BRICOLAGE, SA (GRUPO LEROY MERLIN)****11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:***BCM BRICOLAGE, SA (GRUPO LEROY MERLIN)***11.1.2. Protocolo:**[Protocolo BCM Bricolage signed.pdf](#) | PDF | 2.6 Mb**Mapa VI - BMW - Aníbal Carvalho & Filhos, SA****11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:***BMW - Aníbal Carvalho & Filhos, SA***11.1.2. Protocolo:**[Protocolo BMW compressed.pdf](#) | PDF | 160.3 Kb**Mapa VI - Coelho - Produtos Alimentares, Lda.****11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:***Coelho - Produtos Alimentares, Lda.***11.1.2. Protocolo:**[Protocolo Coelho.pdf](#) | PDF | 66.8 Kb

Mapa VI - Companhia das Lezírias, SA**11.1.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:**

Companhia das Lezírias, SA

11.1.1.2. Protocolo:

[Protocolo Companhia das Lezírias, S.A. compressed.pdf](#) | PDF | 302.2 Kb

Mapa VI - CONFIDENTIA, Tecnologias Informáticas Aplicadas, Lda.**11.1.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:**

CONFIDENTIA, Tecnologias Informáticas Aplicadas, Lda.

11.1.1.2. Protocolo:

[Protocolo Confidentia, Lda..pdf](#) | PDF | 878.1 Kb

Mapa VI - CRIVOSOFT, Lda.**11.1.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:**

CRIVOSOFT, Lda.

11.1.1.2. Protocolo:

[Protocolo Crivosoft, Lda..pdf](#) | PDF | 702.5 Kb

Mapa VI - DIGITAL MAKETERS**11.1.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:**

DIGITAL MAKETERS

11.1.1.2. Protocolo:

[Protocolo Digital Marketers signed.pdf](#) | PDF | 1.9 Mb

Mapa VI - Enoport Produção de Bebidas, Lda.**11.1.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:**

Enoport Produção de Bebidas, Lda.

11.1.1.2. Protocolo:

[Protocolo Enoport Wine.pdf](#) | PDF | 970.2 Kb

Mapa VI - Entidade Regional de Turismo do Alentejo e Ribatejo**11.1.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:**

Entidade Regional de Turismo do Alentejo e Ribatejo

11.1.1.2. Protocolo:

[Protocolo Entidade turismo TAERT Assin signed.pdf](#) | PDF | 2.1 Mb

Mapa VI - Fonte Salem Portugal, SA**11.1.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:**

Fonte Salem Portugal, SA

11.1.1.2. Protocolo:

[Protocolo Font Salem_compressed.pdf](#) | PDF | 323.6 Kb

Mapa VI - FUJITSU TECHNOLOGY SOLUTIONS, Lda.**11.1.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:**

FUJITSU TECHNOLOGY SOLUTIONS, Lda.

11.1.1.2. Protocolo:

[Protocolo FUJITSU, Lda._compressed.pdf](#) | PDF | 1.4 Mb

Mapa VI - HAVI Logistics Unipessoal, Lda.**11.1.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:**

HAVI Logistics Unipessoal, Lda.

11.1.1.2. Protocolo:

[Protocolo HAVI, Lda._compressed.pdf](#) | PDF | 196.8 Kb

Mapa VI - JJ LOURO PEREIRA, SA**11.1.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:**

JJ LOURO PEREIRA, SA

11.1.1.2. Protocolo:

[Protocolo JJ Louro_compressed.pdf](#) | PDF | 189.9 Kb

Mapa VI - MINDSHAKER, Lda.**11.1.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:**

MINDSHAKER, Lda.

11.1.1.2. Protocolo:

[Protocolo MindShaker.pdf](#) | PDF | 952 Kb

Mapa VI - MONLIZ, SA**11.1.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:**

MONLIZ, SA

11.1.1.2. Protocolo:

[Protocolo Monliz, S.A._compressed.pdf](#) | PDF | 327.1 Kb

Mapa VI - Município da Golegã**11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:**

Município da Golegã

11.1.2. Protocolo:

[Município da Golegã.pdf](#) | PDF | 1.1 Mb

Mapa VI - Município de Almeirim**11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:**

Município de Almeirim

11.1.2. Protocolo:

[Município Almeirim.pdf](#) | PDF | 1.1 Mb

Mapa VI - NERSANT - Associação Empresarial da Região de Santarém**11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:**

NERSANT - Associação Empresarial da Região de Santarém

11.1.2. Protocolo:

[Protocolo Nersant_compressed.pdf](#) | PDF | 318.1 Kb

Mapa VI - Papiro, S.A.**11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:**

Papiro, S.A.

11.1.2. Protocolo:

[Protocolo Papiro_SAssigned.pdf](#) | PDF | 3.6 Mb

Mapa VI - POLITEJO - Industria de Plásticos, SA**11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:**

POLITEJO - Industria de Plásticos, SA

11.1.2. Protocolo:

[Protocolo Politejo.pdf](#) | PDF | 928.9 Kb

Mapa VI - Pomerol Partners, Lda.**11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:**

Pomerol Partners, Lda.

11.1.2. Protocolo:

[Protocolo POMEROL PARTNERS signed_signed.pdf](#) | PDF | 688 Kb

Mapa VI - SECIS, Informática, Lda.**11.1.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:**

SECIS, Informática, Lda.

11.1.1.2. Protocolo:

[Protocolo SECIS. Informática.pdf](#) | PDF | 731.7 Kb

Mapa VI - Sociedade Panificadora Costa e Ferreira, SA**11.1.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:**

Sociedade Panificadora Costa e Ferreira, SA

11.1.1.2. Protocolo:

[Protocolo sociedade costa e ferreira.pdf](#) | PDF | 75.5 Kb

Mapa VI - Sohi Meat Solutions - Distribuição de Carnes, S.A. (Grupo Continente)**11.1.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:**

Sohi Meat Solutions - Distribuição de Carnes, S.A. (Grupo Continente)

11.1.1.2. Protocolo:

[Protocolo Sohi Meat Solutions_compressed.pdf](#) | PDF | 213.4 Kb

Mapa VI - SPdH Serviços Portugueses de Handling, SA**11.1.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:**

SPdH Serviços Portugueses de Handling, SA

11.1.1.2. Protocolo:

[Protocolo SPdH_signed.pdf](#) | PDF | 333.1 Kb

Mapa VI - TEPSOL, Lda.**11.1.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:**

TEPSOL, Lda.

11.1.1.2. Protocolo:

[Protocolo Tepsol, Lda._compressed.pdf](#) | PDF | 306.9 Kb

Mapa VI - Unidade Local de Saúde do Médio Tejo EPE**11.1.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:**

Unidade Local de Saúde do Médio Tejo EPE

11.1.1.2. Protocolo:

[Protocolo ULSMT.pdf](#) | PDF | 1.8 Mb

11.2. Plano de distribuição dos estudantes**11.2. Plano de distribuição dos estudantes pelos locais de estágio e/ou formação em serviço demonstrando a adequação dos recursos disponíveis:**

[11.3.1. Plano de distribuição dos estudantes pelos locais de estágio.pdf](#) | PDF | 86.6 Kb

11.3. Recursos institucionais

11.3. Recursos da instituição para o acompanhamento dos estudantes (PT):

O Gabinete de Relações Institucionais em conjunto com a Coordenação do CE e os responsáveis pela UC de Estágio implementam o previsto no Regulamento de Projeto/Estágio dos 1.º ciclos. O procedimento é estruturado em 3 etapas:

- 1) Planeamento/divulgação da lista das empresas disponíveis para estágio.
- 2) Manifestação de preferência dos discentes em relação à empresa onde pretendem estagiar (existindo a possibilidade dos próprios estudantes poderem indicar uma empresa (carece de aprovação prévia do Diretor do CE).
- 3) Existindo acordo entre as partes interessadas (i.e., empresa, discente e IES), é estabelecida a contratualização através de protocolo.

A orientação dos estagiários compete aos docentes do ciclo de estudos com carga letiva na UC-Estágio. Quando o número de estudantes em estágio o justifique, a Direção do CE pode designar outro docente seguindo o referido em 11.4.1

Do estágio resultará o relatório de estágio que será avaliado, conforme descrito na UC-Estágio.

11.3. Recursos da instituição para o acompanhamento dos estudantes (EN):

The Institutional Relations Office, together with the EC Coordinator and those responsible for the internship programme, implement the provisions of the 1st cycle Project/Internship Regulations. The procedure is structured in 3 stages:

- 1) Planning/dissemination of the list of companies available for internships.
- 2) Students express their preference as to the company where they wish to do their internship (there is the possibility that the students themselves may nominate a company (requires prior approval from the EC Director).
- 3) If there is agreement between the interested parties (i.e. the company, student and HEI), a contract is signed.

The trainees are supervised by the teachers of the study cycle with a teaching load in the Traineeship-CU. When the number of students on placement justifies it, the EC Board may appoint another teacher in accordance with 11.4.1.

The internship will result in the internship report, which will be assessed as described in the Internship-CU

11.4. Orientadores cooperantes**11.4.1. Mecanismos de avaliação e seleção dos orientadores cooperantes de estágio e/ou formação em serviço, negociados entre a instituição de ensino superior e as instituições de estágio e/ou formação em serviço:**

[11.4.1 Mecanismos de avaliação e seleção dos orientadores.pdf](#) | PDF | 47.5 Kb

11.4.2. Mapa VII. Orientadores cooperantes de estágio e/ou formação em serviço (obrigatório para ciclo de estudos com estágio obrigatório por Lei)

Nome	Instituição	Categoria	Habilitação Profissional	Nº de anos de serviço

12. Análise SWOT do ciclo de estudos**12.1. Pontos fortes. (PT)**

- Ciclo de estudos adequado ao posicionamento estratégico do ISLA, dado o carácter técnico e profissionalizante do ciclo de estudos.
- Estabilidade do corpo docente. Diferentes grupos etários e diferente percurso profissional. Maioria dos docentes estão na instituição há mais de três anos.
- Existência de instalações e recursos materiais e pessoal não docente adequados ao desenvolvimento do ciclo de estudos.
- Elevado número de parcerias. Propiciam muitas oportunidades de estágio ou de desenvolvimento de trabalho de projeto com forte adesão à realidade empresarial.
- Dimensão da escola potencia maior flexibilidade e implementação de um modelo de governação de proximidade.
- Número e qualidade das parcerias nacionais. Permitem potenciar o envolvimento da IES com o meio envolvente regional.
- Excelente localização da cidade de Santarém e da instituição.
- Dimensão da IES. Permite contacto permanente entre todos os intervenientes da comunidade académica.

12.1. Pontos fortes. (EN)

- Cycle of studies suited to ISLA's strategic positioning, given the technical and professionalising nature of the cycle of studies.
- Stability of the teaching staff. Different age groups and different professional backgrounds. Most of the teaching

Apresentação do pedido | Novo ciclo de estudos

staff have been at the institution for more than three years.

- Existence of facilities and material resources and non-teaching staff suitable for the development of the study programme.
- A high number of partnerships. They will provide many opportunities for internships or project work with a strong connection to business reality.
- The size of the school allows for greater flexibility and the implementation of a localised governance model.
- Number and quality of national partnerships. They enable the HEI to be more involved with the regional environment.
- Excellent location of the city of Santarém and the institution.
- The size of the HEI. Allows permanent contact between all those involved in the academic community.

12.2. Pontos fracos. (PT)

- Previsível heterogeneidade dos estudantes à entrada, em termos de preparação e conhecimentos de base. Coloca um nível de exigência elevado ao trabalho de integração e adequação ao ciclo de estudos.
- Os docentes possuem um bom nível de produção científica, no entanto de uma forma geral estão integrados em centros de investigação externos, embora em articulação com o Centro de Investigação da IES.
- Juventude da instituição na internacionalização. A IES tem desenvolvido, nos últimos anos, uma estratégia de estabelecimento de parcerias internacionais das quais (no pós-pandemia COVID 19) começam a obter resultados que têm possibilitado melhorar rapidamente este aspeto.

12.2. Pontos fracos. (EN)

- Expected heterogeneity of students on entry, in terms of preparation and basic knowledge. This places high demands on integration and adaptation to the programme.
- The teaching staff have a good level of scientific production, but in general they are integrated into external research centres, albeit in conjunction with the HEI's Research Centre.
- The institution's youth in internationalisation. In recent years, the HEI has developed a strategy of establishing international partnerships, which (in the aftermath of the COVID-19 pandemic) have begun to produce results that have made it possible to rapidly improve this aspect.

12.3. Oportunidades. (PT)

- Oportunidade de proporcionar formação ao longo da vida como atitude de quem procura manter-se como ativo no mercado de trabalho.
- Integração no grupo "ensino lusófono" com experiência e ligações aos PALOP potenciadoras do desenvolvimento da procura.
- Corresponder ao esforço de qualificação da população portuguesa.
- Aumento muito significativo de protocolos de cooperação bilateral ERASMUS +.
- Participação em redes de cooperação internacional. A existência destas parcerias criaram as condições para as melhorias que se tem vindo a registar.
- Potenciar ainda mais o envolvimento da IES proponente com o meio envolvente regional.
- Potencial apetência pelo CE dos estudantes que ingressam na IES através dos TESP (Marketing Digital e Comércio Eletrónico, Gestão Comercial e Vendas) e que pretendem continuar os seus estudos na área.

12.3. Oportunidades. (EN)

- Opportunity to provide lifelong training as an attitude for those seeking to remain active in the labour market.
- Integration into the 'lusophone education' group, with experience and links to the PALOP countries that boost demand.
- Responding to the Portuguese population's efforts to gain qualifications.
- Very significant increase in ERASMUS+ bilateral co-operation protocols.
- Participation in international co-operation networks. The existence of these partnerships has created the conditions for the improvements that have been made.
- To further enhance the involvement of the proposing HEI with the regional environment.
- Potential appetite for the EC among students who enter the HEI through the TESP (Digital Marketing and Electronic Commerce, Commercial Management and Sales) and who intend to continue their studies in the area.

12.4. Constrangimentos. (PT)

- Base de recrutamento de novos estudantes limitada, em comparação com as instituições públicas.
- Dificuldades no acesso a fundos para apoio às atividades de investigação (a inexistência de políticas de acesso a fundos que diferenciam as IES do sistema universitário e de politécnico agrava esta situação).
- Perceção social preconceituosa do ensino superior privado em muitos setores da sociedade portuguesa.
- Situação económica nacional e europeia. Afeta o poder de compra e consequente redução da procura ou incremento do nível de desistências.
- Potencial aumento da oferta na área por parte de concorrentes diretos (politécnicos) e indiretos (universidades).
- Regulação - dificuldade na validação de critérios de avaliação entre pares.
- Revisões legislativas (regime jurídico, carreira docente, ...).
- Incremento a nível global da concorrência como resultado da proliferação de cursos em formato Elearning.

12.4. Constrangimentos. (EN)

- Limited recruitment base for new students compared to public institutions.
- Difficulties in accessing funds to support research activities (the lack of policies for accessing funds that differentiate between university and polytechnic HEIs exacerbates this situation).
- A prejudiced social perception of private higher education in many sectors of Portuguese society.
- The national and European economic situation. Affects purchasing power and consequently reduces demand or increases the level of drop-outs.
- Potential increase in supply in the area from direct competitors (polytechnics) and indirect competitors (universities).
- Regulation - difficulties in validating peer assessment criteria.
- Legislative revisions (legal regime, teaching career, ...).
- Increased global competition as a result of the proliferation of e-learning courses.

12.5. Conclusões. (PT)

Esta oferta formativa de 1.º ciclo em Marketing é consubstanciada pela forte e reconhecida ligação do ISLA Santarém ao mercado de trabalho da região onde se insere e do país e pelo aproveitamento de recursos de qualidade – humanos e materiais – com provas dadas não só ao nível profissional como no seu contributo para o desenvolvimento da área do ciclo de estudos.

Relativamente ao ciclo de estudo aqui proposto, Marketing, destacamos:

- Plano de estudos: ênfase na atualidade científica e técnica dos conteúdos e das metodologias ativas de ensino-aprendizagem.
- Meios logísticos: instalações, equipamentos, bibliografia, tecnologias de apoio (quer às aulas presenciais quer às sessões síncronas a distância) adequados à leção de cada unidade curricular, de forma que os estudantes possam ter acesso aos mais modernos e atualizados conhecimentos.
- Corpo docente: integra doutores e especialistas com provas públicas, especializados nas áreas científicas fundamentais do ciclo de estudos constituindo uma equipa que garante o nível e a qualidade da formação ministrada. Complementarmente o corpo docente possui formação e experiência de leção de unidades curriculares/módulos de formação com base em metodologias ativas de aprendizagem, bem como formação/capacitação no desenvolvimento de conteúdos digitais, conceção de cursos/módulos de formação a distância, experiência na leção de cursos/módulos em regime a distância com utilização de tecnologias de mediação digital.
- Equipa de apoio ao CE: O apoio técnico às atividades síncronas será assegurado por uma equipa de dois elementos que possuem competências para prestar todo o apoio técnico ao ciclo de estudos, nomeadamente na resolução de problemas, elaboração e disponibilização de tutoriais para os utilizadores.

Relativamente ao ISLA-Santarém, destacamos:

- Estratégia: o projeto educativo, científico e cultural da instituição, a Estratégia, Missão, Visão e Valores, onde está patente um alinhamento cultural de docentes e pessoal não docente em torno destas definições.
- Estudantes no centro: Para além de tudo o que foi apresentado na proposta ao nível de cada uma das UC, a IES proporciona aos seus estudantes a organização de conferências com individualidades de reconhecido mérito, a definição de uma agenda cultural diversificada, bolsa de emprego e estágios, de internacionalização e de aconselhamento académico, para além de disponibilizar os serviços académicos (secretaria virtual) de forma eletrónica bem como plataformas online de apoio ao ensino.

Pelas razões enunciadas acreditamos na viabilidade do ciclo de estudos em Marketing e temos fundadas expectativas de que será um contributo para a concretização da estratégia da IES proponente e, sobretudo, um contributo para a melhoria do nível científico e da qualificação dos ativos e das empresas da região onde a IES se insere, de Portugal e dos países onde vier a recrutar estudantes internacionais, nomeadamente no espaço lusófono.

12.5. Conclusões. (EN)

This 1st cycle degree offer in Marketing is substantiated by ISLA Santarém's strong and recognised links with the labour market in the region where it is located and in the country, and by the use of quality resources - human and material - with proven track records not only at a professional level but also in their contribution to the development of the study cycle area.

With regard to the cycle of studies proposed here, Marketing, we would highlight:

- Study plan: emphasis on the scientific and technical topicality of the content and active teaching-learning methodologies.
- Logistical resources: facilities, equipment, bibliography, support technologies (both for face-to-face classes and synchronous distance sessions) suitable for teaching each course unit, so that students can have access to the most modern and up-to-date knowledge.
- Teaching staff: includes doctors and specialists with public evidence, specialised in the fundamental scientific areas of the study cycle, making up a team that guarantees the level and quality of the training provided. In addition, the teaching staff has training and experience in teaching curricular units/training modules based on active learning methodologies, as well as training in developing digital content, designing distance learning courses/training modules and experience in teaching distance learning courses/training modules using digital mediation technologies.
- CE support team: Technical support for synchronous activities will be provided by a team of two people who have the skills to provide all the technical support for the study cycle, namely problem-solving, preparing and providing

tutorials for users.

With regard to ISLA-Santarém, we would like to highlight:

- Strategy: the institution's educational, scientific and cultural project, the Strategy, Mission, Vision and Values, where there is a cultural alignment of teaching and non-teaching staff around these definitions.*
- Students at the centre: In addition to everything presented in the proposal at the level of each CU, the HEI offers its students the organisation of conferences with individuals of recognised merit, the definition of a diversified cultural agenda, job and internship opportunities, internationalisation and academic counselling, as well as providing academic services (virtual secretariat) electronically and online platforms to support teaching.*

For the reasons set out above, we believe in the viability of the Marketing study cycle and we have reasonable expectations that it will contribute to the realisation of the strategy of the proposing HEI and, above all, contribute to improving the scientific level and qualifications of the people and companies in the region where the HEI is located, in Portugal and in the countries where it recruits international students, particularly in the Portuguese-speaking area.