

**TeSP - Design Multimédia**

Técnico Superior Profissional

Plano: Aviso n.º 1895/2018 - 12/02/2018

**Ficha da Unidade Curricular: Introdução à economia e atividade comercial**

ECTS: 2; Horas - Totais: 54.0, Contacto e Tipologia, TP:22.50;

Ano | Semestre: 1 | S2

Tipo: Obrigatória; Interação: b-learning; Código: 617510

Área de educação e formação: Comércio

**Docente Responsável**

Ana Cláudia Leal Marques Pires da Silva Mendes Pinto

Professor Adjunto

**Docente(s)**

Ana Cláudia Leal Marques Pires da Silva Mendes Pinto

Professor Adjunto

**Objetivos de Aprendizagem**

- a) Saber caracterizar a envolvente empresarial.
- b) Dominar as noções básicas de economia e marketing.

**Conteúdos Programáticos**

1. O ambiente envolvente e a economia;
2. Tipos de mercado e condições de equilíbrio;
3. Marketing na empresa e na economia;

**Conteúdos Programáticos (detalhado)**

1. O ambiente envolvente e a economia;
  - 1.1. Globalização e União Europeia;
  - 1.2. Economia e bens económicos;

- 1.3. Pensamento económico, Teoria e Política;
2. Tipos de mercado e condições de equilíbrio;
- 2.1. Concorrência perfeita, monopólio e oligopólio;
3. Marketing na empresa e na economia;
- 3.1. A procura de informação sobre o mercado;
- 3.2. Marketing Mix.

### **Metodologias de avaliação**

Avaliação por Frequência (Contínua):

- Prova escrita – 40%
- Trabalhos (60%):
  - o Escrito – 30%
  - o Oral – 30%
- Serão excluídos do regime de avaliação contínua os alunos que:
  - o não apresentem o trabalho (escrito e oral).

A classificação final resulta da média ponderada de todos os elementos de avaliação.

Avaliação por Exame (Normal e Recurso):

- Prova escrita – 100%

A prova escrita integra toda a matéria lecionada ao longo do semestre. Classificação mínima para aprovação: 10 valores.

### **Software utilizado em aula**

Não aplicável.

### **Estágio**

Não aplicável.

### **Bibliografia recomendada**

- Castells, M. (2007). *A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura* (Vol. 1).. 3, Fundação Calouste Gulbenkian. Lisboa
- Kotler, P. (2014). *Marketing para o Século XXI*. 7, Presença. Lx
- César das Neves, J. (2011). *Introdução à Economia*. 9, Verbo. Lisboa
- Samuelson e Nordhaus, P. (2005). *Economia*. 18, Mc Grow Hill. Lisboa

### **Coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos**

Conteúdos 1, 1.1. e 1.3. são corentes com o objetivo a)

Conteúdos 1.2., 2., 2.1., 3., 3.1. e 3.2. são coerentes com o bjetivo b)

### **Metodologias de ensino**

Aulas teórico-práticas em que os conceitos teóricos são aplicados à realidade económico-social através da resolução de trabalhos práticos.

### **Coerência das metodologias de ensino com os objetivos**

Objetivo a) - Exposição teórica dos diversos conteúdos temáticos seguida de aplicações em casos e exercícios práticos, em que se identificam as alterações ao meio ambiente que rodeia as empresas, o seu impacto e as respostas estratégicas possíveis.

Objetivo b) - Exposição teórica dos diversos conteúdos temáticos seguida de aplicações em casos e exercícios práticos que de forma matemática e gráfica permitam identificar as variáveis económicas, o seu equilíbrio a nível macro e microeconómico e os impactos na estratégia empresarial.

### **Língua de ensino**

Português

### **Pré-requisitos**

Não aplicável.

### **Programas Opcionais recomendados**

Não aplicável.

### **Observações**

Objetivos de Desenvolvimento Sustentável:

4 Educação de qualidade

---

### **Docente responsável**

---