

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: Presencial; 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.

Objetivos de Aprendizagem (detalhado)

Conteúdos Programáticos

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.

Conteúdos Programáticos (detalhado)

Não aplicável.

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 e por conseguinte admitidos a exame os alunos que:
 - o não obtenham uma classificação mínima de 8 valores na prova escrita;
 - o não apresentem o trabalho (escrito e oral).

A classificação final resulta da média aritmética simples 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

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

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.

Docente responsável
