

Unidade Curricular	Economia da Empresa	Área Científica	Ciências Empresariais
Licenciatura em	Marketing	Escola	Escola Superior de Comunicação, Administração e Turismo de Mirandela
Ano Letivo	2022/2023	Ano Curricular	1
Tipo	Semestral	Semestre	2
Nível	1-1	Créditos ECTS	6.0
Código	9205-714-1203-00-22		
Horas totais de trabalho	162	Horas de Contacto	T - - TP 60 PL - TC - S - E - OT - O -

T - Ensino Teórico; TP - Teórico Prático; PL - Prático e Laboratorial; TC - Trabalho de Campo; S - Seminário; E - Estágio; OT - Orientação Tutoria; O - Outra

Nome(s) do(s) docente(s) Joana Maria Sampaio Rua Fernandes

Resultados da aprendizagem e competências

No fim da unidade curricular o aluno deve ser capaz de:

1. Conhecer os fundamentos da ciência económica e os grandes agregados macroeconómicos.
2. Analisar a lei da oferta e da procura.
3. Interpretar a teoria do comportamento do consumidor.
4. Interpretar a teoria da empresa.
5. Distinguir estruturas de mercado.
6. Conhecer a metodologia para a análise do desempenho e a sua transposição para a estratégia.

Pré-requisitos

Antes da unidade curricular o aluno deve ser capaz de:
Conhecimentos básicos de matemática.

Conteúdo da unidade curricular

1. Introdução à Economia; 1. 1 Agregados e indicadores macroeconómicos; 2. Procura e Oferta; 3. Teoria do Consumidor; 4. Teoria da empresa; 5. Estruturas de Mercado; 6. Estratégia e desempenho organizacional.

Conteúdo da unidade curricular (versão detalhada)

1. INTRODUÇÃO À ECONOMIA
 - O objeto e objetivo da Economia
 - A Economia como ciência social
 - Os clássicos da Economia
 - Diferentes correntes da Economia
 - Distinção entre micro e macroeconomia
 - Agregados e indicadores macroeconómicos /Contabilidade nacional
2. PROCURA E OFERTA
 - Mercado da procura e da oferta
 - Determinantes da procura e da oferta
 - Equilíbrio de mercado
 - Alterações no equilíbrio
 - Elasticidades
3. TEORIA DO CONSUMIDOR
 - Restrição orçamental
 - Preferências
 - Utilidade
4. TEORIA DA EMPRESA
 - Teoria da Produção
 - Teoria dos Custos
5. ESTRUTURAS DE MERCADO
 - Concorrência Perfeita
 - Concorrência Imperfeita
 - Monopólio
6. ESTRATÉGIA E DESEMPENHO ORGANIZACIONAL
 - Gestão organizacional e Balanced Scorecard (BSC): O BSC e as PME
 - As relações entre visão e estratégia e as perspetivas de acordo com Kaplan e Norton
 - A perspetiva de aprender e crescer
 - O BSC e a gestão com base em medições (métricas)
 - O processo de desenvolvimento do BSC
 - A ligação dos objetivos estratégicos e perspetivas com a elaboração do mapa estratégico

Bibliografia recomendada

1. Morgado, A., & Ferreira, P. (2021) Princípios de microeconomia. Rei dos Livros. ISBN 9789895650316.
2. Oliveira, A., & Rua, O. (2021). Balanced scorecard - teoria e prática. Vida Económica. ISBN: 9789897686023.
3. Oliveira, L., & Gomes, O. (2021). Macroeconomia – economia: o essencial (2a ed., vol. 1). Edições Sílabo. ISBN: 9789726189077.
4. Samuelson, P. & Nordhaus, W. (2010). Economics. (19th ed.). McGraw-Hill/Irwin. ISBN 9780073511290.

Métodos de ensino e de aprendizagem

Ensino presencial e não presencial: exposição de conteúdos e exemplos; resolução de exercícios e casos práticos; propostas de resolução de exercícios e casos práticos.

Alternativas de avaliação

1. Avaliação Distribuída - (Ordinário, Trabalhador) (Final)
 - Prova Intercalar Escrita - 50% (A incidir sobre os capítulos 1, 2 e 3.)
 - Exame Final Escrito - 50% ((A realizar na EAF) A incidir sobre os capítulos 4, 5 e 6.)
2. Exame Final - (Ordinário, Trabalhador) (Final, Recurso, Especial)
 - Exame Final Escrito - 100% (Exame a incidir sobre todo o conteúdo da unidade curricular.)

Alternativas de avaliação

3. Alunos em mobilidade - (Ordinário, Trabalhador) (Final, Recurso, Especial)
- Exame Final Escrito - 100%

Língua em que é ministrada

Português, com apoio em inglês para alunos estrangeiros

Validação Eletrónica

Joana Maria Sampaio Rua Fernandes	Luisa Margarida Barata Lopes	Catarina Alexandra Alves Fernandes	Sonia Paula da Silva Nogueira
25-02-2023	11-03-2023	12-03-2023	13-03-2023