



1ST YEAR / 1ST SEMESTER (AUTUMN)

| Unit | | Working Hours | ECTS Credits |
|-----------------------------------|--------------------------|---------------|--------------|
| EN | PT | | |
| Business Law | Direito Empresarial | 150 | 6 |
| Introduction to Management | Introdução à Gestão | 150 | 6 |
| Introduction to Computer Sciences | Introdução à Informática | 150 | 6 |

1ST YEAR / 2ND SEMESTER (SPRING)

| Unit | | Working Hours | ECTS Credits |
|---------------------|------------------------|---------------|--------------|
| EN | PT | | |
| Financial Calculus | Cálculo Financeiro | 150 | 6 |
| Macroeconomics | Macroeconomia | 150 | 6 |
| Information Systems | Sistemas de Informação | 125 | 5 |

2ND YEAR / 1ST SEMESTER (AUTUMN)

| Unit | | Working Hours | ECTS Credits |
|--------------------------------------|-----------------------------------|---------------|--------------|
| EN | PT | | |
| Management Accounting I | Contabilidade de Gestão I | 150 | 6 |
| Production and Operations Management | Gestão da Produção e de Operações | 150 | 6 |
| Human Resource Management | Gestão de Recursos Humanos | 150 | 6 |

2ND YEAR / 2ND SEMESTER (SPRING)

| Unit | | Working Hours | ECTS Credits |
|--------------------------|----------------------------|---------------|--------------|
| EN | PT | | |
| Management Accounting II | Contabilidade de Gestão II | 150 | 6 |
| Strategy | Estratégia | 150 | 6 |

3RD YEAR / 1ST SEMESTER (AUTUMN)

| Unit | | Working Hours | ECTS Credits |
|---------------------------------------|------------------------------------|---------------|--------------|
| EN | PT | | |
| Quality Management | Gestão da Qualidade | 150 | 6 |
| Marketing | Marketing | 175 | 7 |
| Negotiation and Leadership Techniques | Técnicas de Negociação e Liderança | 150 | 6 |

3RD YEAR / 2ND SEMESTER (SPRING)

| Unit | | Working Hours | ECTS Credits |
|-----------------------------------|-----------------------------------|---------------|--------------|
| EN | PT | | |
| Entrepreneurship | Empreendedorismo | 125 | 5 |
| Ethics and Social Responsibility | Ética e Responsabilidade Social | 100 | 4 |
| International Business Management | Gestão de Negócios Internacionais | 175 | 7 |

Management
1st Study Year, 1st Semester

Direito Empresarial

Business Law

ECTS credits: **6**

Code 01100303

Objetivos da unidade curricular e competências a desenvolver

Caracterizar o Direito das Obrigações; Ser capaz de dar uma noção de Direito Comercial, identificando os tipos de atos de comércio; Ser capaz de caracterizar e distinguir o comerciante em nome individual e na forma plural (societária), identificando o tipo e alcance de responsabilidade pelo cumprimento das obrigações comerciais do comerciante em nome individual e, os tipos de sociedades comerciais existentes, o respetivo regime legal, identificando a responsabilidade dos sócios de cada tipo de sociedade comercial pelo cumprimento das obrigações comerciais; Saber caracterizar os contratos comerciais, e, especialmente, os contratos de compra e venda, *leasing*, empréstimo, *factoring*, agência, concessão comercial e franquia (*franchising*), descrevendo o respetivo regime (condições de celebração, duração e cessação); Conhecer e saber dar uma noção dos títulos de crédito (letra, livrança e cheque) e indicar os respetivos regimes jurídicos; Caracterizar o processo de insolvência e recuperação de empresas.

Objectives of the curricular unit and competences to be developed

- 1- Outlining the principles and basic concepts of law, knowing the rules and methods of interpretation and enforcement of law;
- 2- Characterize the Law of Obligations: articulating the concept and ratings of duty, knowing and knowing how to apply the rules of compliance and failure to comply and stating the general collateral and special obligations;
- 3- Being able to give a notion of Commercial Law, identifying the types of acts of trade.
- 4- Being able to characterize and distinguish the sole trader and the plural form (corporate), identifying the type and scope of responsibility for fulfilling the obligations of the business and sole trader, the types of companies which exist, its legal system identifying the liability of shareholders of each type of commercial company for compliance with trade obligations.
- 5- Know how to characterize the commercial contracts, and especially the purchase and sale, lease (leasing), loan, factoring, agency, franchising and commercial concession, describing the respective system (conditions of execution, duration and termination).
- 6- Know how to give a sense of the debt instruments (bills, promissory notes and checks) and indicate their respective jurisdictions.
- 7- Characterize the process of insolvency and corporate recovery.

Conteúdos programáticos

1. Aspetos fundamentais do Direito;
2. Direito Empresarial;
3. Atos de Comércio;
4. Comerciantes;
5. Direito Contractual;
6. Sociedades Comerciais;
7. Títulos de Crédito;
8. Insolvências e Recuperação de Empresas.

Syllabus

1. Fundamental Aspects law;
2. Commercial Law;
3. Acts of Commerce (Concept and Classification);
4. Merchants (trade capacity, sole traders - concept, obligations and EIRL);
5. Contract Law;
6. Commercial Companies;

7. Securities Credit (Concept, Characteristics, Classification and Species);
8. Insolvency and Corporate Recovery.

Introdução à Gestão

Introduction to Management

ECTS credits: **6**

Code 01100314

Objetivos da unidade curricular e competências a desenvolver

O objetivo geral da UC de Introdução à Gestão é fornecer uma visão integrada e funcional de princípios e práticas da gestão das organizações, possibilitando a aquisição de conhecimentos e competências úteis à sua aplicação. Assim, espera-se que no final da frequência da unidade curricular os alunos adquiram as competências necessárias para: 1. Analisar a evolução do pensamento em gestão. 2. Aplicar os princípios associados às diversas perspetivas da gestão na interpretação de situações, contextos e ações dos gestores. 3. Relacionar a estrutura organizacional com as perspetivas da gestão. 4. Caracterizar a envolvente no âmbito da definição da estratégia organizacional. 5. Compreender a importância da gestão das pessoas na gestão organizacional

Objectives of the curricular unit and competences to be developed

The general objective of the Introduction to Management UC is to provide an integrated and functional view of the management principles of organizations, enabling the acquisition of knowledge and skills useful for their application. Thus, it is expected that at the end of the frequency of the course, students acquire the necessary skills to: 1. Analyze the evolution of management thinking. 2. Apply the principles associated with the different perspectives of management in the interpretation of situations, contexts and actions of managers. 3. Relate the organizational structure to management perspectives. 4. Characterize the environment in the definition of the organizational strategy. 5. Understand the importance of people management in organizational management.

Conteúdos programáticos

1. Introdução ao estudo da gestão 1.1. A organização e os seus recursos 1.2. A envolvente organizacional 1.3. A gestão e o gestor 1.4. Níveis de gestão, aptidões e competências correspondentes 1.5. A gestão enquanto disciplina e prática: breve introdução histórica 2. As teorias organizacionais 2.1. Frederick Taylor e a teoria científica do trabalho. Pressupostos básicos do Fordismo 2.2. Henry Fayol e a abordagem administrativa das organizações 2.3. Max Weber e a organização burocrática 2.4. O movimento das relações humanas 2.5. A abordagem sistémica das organizações 2.6. A abordagem contingencial 2.7. Novas abordagens e tendências da gestão 3. A estrutura das organizações 3.1. Dimensões básicas do desenho organizacional 3.2. Departamentalização e modelos estruturais 4. A estratégia nas organizações 4.1. Evolução e desenvolvimento do pensamento estratégico 4.2. Fatores integrantes da estratégia 4.3. A análise PESTEL 4.3. A análise SWOT 5. A gestão de recursos humanos. 5.1. A gestão de recursos humanos como técnica de gestão e sistema integrado. 5.2. Os subsistemas da gestão de recursos humanos.

Syllabus

1. Introduction to the study of management 1.1. Organization and resources 1.2. The organizational environment 1.3. Management and the manager 1.4. Management levels, skills and competences 1.5. Management as a discipline and practice: a brief historical introduction 2. Organizational theories 2.1. Frederick Taylor and the scientific theory of labor. Basic assumptions of Fordism 2.2. Henry Fayol and the administrative approach of organizations 2.3. Max Weber and bureaucratic organization 2.4. The human relations movement 2.5. The systemic approach of organizations 2.6. The contingency approach 2.7. New approaches and management trends 3. The structure of organizations 3.1. Basic dimensions of organizational design 3.2. Departmentalization and structural models 4. Strategy in organizations 4.1. Evolution and development of strategic thinking 4.2. Integral factors of the strategy 4.3. The PESTEL Analysis 4.3. The SWOT Analysis 5. Human resource management 5.1. Human resource management as a management technique and integrated system. 5.2. The human resource management subsystems.

Introdução à Informática

Introduction to Computer Sciences

ECTS credits: **6**

Code 01100055

Objetivos da unidade curricular e competências a desenvolver

Transmitir aos alunos os conceitos fundamentais sobre sistemas e tecnologias de informação, bem como o seu impacto e modo de aplicação nas organizações. Transmitir aos alunos os conhecimentos necessários para a eficiente utilização das principais aplicações informáticas e utilização das diferentes potencialidades da Internet. Na sua componente prática, desenvolver nos alunos aptidões para a utilização das aplicações de produtividade individual e de grupo, numa perspetiva mais acentuada na atividade empresarial.

Objectives of the curricular unit and competences to be developed

Transmit to students the fundamental concepts of information systems and technologies, as well as its impact and application mode in organizations. Transmit to students the knowledge necessary for efficient use of computer applications and use of the various potentials of the Internet. In its practical side, developing student's skills for the use of individual and group productivity applications, looking sharper in entrepreneurial activity.

Conteúdos programáticos

1. Introdução à Informática 1.1. Introdução à arquitetura de computadores 1.2. Tipos de Sistemas de Computação
2. Noção de sistema operativo 2.1 Principais programas que integram o Windows 2.2 Instalação e desinstalação de programas 2.3 Manipulação de ficheiros e pastas 3. Internet 3.1 Noções e História da Internet 3.2 E-mail 4. Processamento de Texto 4.1 Aspectos Básicos sobre Processamento de Texto 4.2 Processadores de Texto Disponíveis no Mercado 4.3 Tipos de Documentos e Modelos 4.4 O Processador de Texto Word 5. Programas de Apresentações 5.1 Definição de Apresentação e Tipos de Apresentações 5.2 Estrutura de uma Apresentação 5.3 Programas de Apresentações Disponíveis no Mercado 5.4 Utilização do Microsoft PowerPoint 6. A Folha de Cálculo Excel 6.1 Potencialidades do Excel 6.2 Criação de uma Folha de Cálculo 6.3 Criação de Listas, Ordenação de Dados e Utilização de Filtros 6.4 Elaboração de Gráficos 6.5 Transferência de Informação entre o Excel e o Word.

Syllabus

1. Introduction to computer science 1.1. Introduction to computer architecture 1.2. types of Computing Systems
2. concept of operating system 2.1 main programs that integrate Windows 2.2 Installing and uninstalling programs 2.3 manipulating files and folders 3. Internet 3.1 notions and Internet History 3.2 Email 4. Text Processing 4.1 basic aspects on text Processing 4.2 electronic publishing Systems 4.3 types of documents and templates 4.4 the text Word Processor 5. programs of presentations 5.1 definition of presentation and types of Presentations 5.2 structure of a Presentation 5.3 available Presentations programs 5.4 using Microsoft PowerPoint 6. the Excel spreadsheet 6.1 Excel Capabilities 6.2 creating a spreadsheet 6.3 creating lists, data Sorting and filter Usage 6.4 drafting Graphics 6.5 Information transfer between Excel and Word.

Management
1st Study Year, 2nd Semester

| | |
|---------------------------|-----------------------------|
| Cálculo Financeiro | |
| Financial Calculus | |
| ECTS credits: 6 | Code 01100358 |

Objetivos da unidade curricular e competências a desenvolver

A unidade curricular visa dotar os estudantes de competências específicas no âmbito da compreensão matemática das operações financeiras. Este conhecimento é fundamental, quer para a análise de alternativas de investimento, quer para estudar as diferentes opções no recurso ao crédito. Na área de estudos em que se insere estes aspetos são de extrema importância face à crescente proliferação e diversidade de instrumentos financeiros disponíveis. Na área da gestão, as competências adquiridas nesta disciplina vão permitir aos estudantes exercer funções profissionais em áreas diretamente ou indiretamente relacionadas com serviços financeiros e gestão financeira. No final do semestre pretende-se que os estudantes: Consigam compreender o significado do valor e a equivalência temporal do dinheiro; Consigam compreender o âmbito das variáveis assíncronas entre o período de capitalização e o período da taxa de juro; Consigam compreender os regimes de valor futuro e valor atual de múltiplos capitais; Consigam analisar a temática relativa à amortização de empréstimos; Consigam utilizar o cálculo financeiro em Excel como ferramenta essencial para a resolução dos exercícios.

Objectives of the curricular unit and competences to be developed

The curricular unit aims to provide students with specific skills within the scope of the mathematical understanding of financial operations. This knowledge is fundamental, both for the analysis of investment alternatives, and for studying the different options in resorting to credit. In the field of studies in which these aspects are included, they are extremely important in view of the growing proliferation and diversity of available financial instruments. In the area of management, the skills acquired in this course will allow students to exercise professional functions in areas directly or indirectly related to financial services and financial management. At the end of the semester, students are expected to: Can understand the meaning of value and the temporal equivalence of money; Can understand the scope of asynchronous variables between the compounding period and the interest rate period; Able to understand the future value and present value regimes of multiple capitals; Are able to analyze the issue related to loan repayment; Able to use financial calculations in Excel as an essential tool for solving exercises; Able to apply financial calculation to the valuation of bonds, shares, investment project decisions and Personal Finance.

Conteúdos programáticos

1. Valor e Equivalência Temporal do Dinheiro
2. Assíncrona entre o Período de Capitalização e o Período da Taxa de Juro
3. Valor Futuro e Valor Atual de Múltiplos Capitais
4. Amortização de Empréstimos
5. Cálculo Financeiro em Excel
6. Aplicação do Cálculo Financeiro à Avaliação de Obrigações
7. Aplicação do Cálculo Financeiro à Avaliação de Ações
8. Aplicação do Cálculo Financeiro a Decisões de Projetos de Investimento
9. Aplicação do Cálculo Financeiro às Finanças Pessoais

Syllabus

1. Value and Time Equivalence of Money
2. Asynchronous between the Capitalization Period and the Interest Rate Period
3. Future Value and Current Value of Multiple Capitals
4. Amortization of Loans
5. Financial Calculation in Excel
6. Application of Financial Calculation to the Valuation of Obligations
7. Application of Financial Calculation to Share Valuation

8. Application of Financial Calculation to Investment Project Decisions
9. Application of Financial Calculation to Personal Finance

Macroeconomia

Macroeconomics

ECTS credits: **6**

Code 01100331

Objectivos da unidade curricular e competências a desenvolver

Pretende-se que os Estudantes compreendem o funcionamento da Economia que estuda o funcionamento da economia em termos globais, nomeadamente, a inter-relação, em termos agregados, dos agentes económicos intervenientes na economia.

Esta unidade curricular tem por objetivo desenvolver competências nos seguintes domínios: Capacidade de análise e síntese; Capacidade para o estudo macroeconómico; Capacidade crítica.

Objectives of the curricular unit and competences to be developed

It is intended that the students understand the functioning of the Economy that studies the functioning of the economy in global terms, namely, the interrelation, in aggregate terms, of the economic agents involved in the economy. This curricular unit aims to develop skills in the following areas:

Ability to analyze and synthesize;
Capacity for macroeconomic study;
Critical capacity.

Conteúdos programáticos:

1 Apresentação. Objectivos da Macroeconomia 2 Crescimento económico. Exercícios. 3 Estabilidade nos preços. Exercícios. 4 Pleno emprego. Exercícios. 5 Fomento do comércio internacional. Exercícios. 6 Políticas macroeconómicas. Exercícios. 7 e 8 Contabilidade Nacional. Exercícios. 9 a 11 Teoria Keynesiana - Modelos de Keynes 12 a 14 Modelo IS-LM. Equilíbrio interno. 15 Equilíbrio global: procura e oferta agregadas.

Syllabus:

1 Presentation. Objectives of Macroeconomics
2 Economic growth. Exercises.
3 Price stability. Exercises.
4 Full employment. Exercises.
5 Promotion of international trade. Exercises.
6 Macroeconomic policies. Exercises.
7 and 8 National Accounting. Exercises.
Economic agents and their interrelationships
Macroeconomic aggregates
Product calculation optics
Other identities
Accounting by consolidated accounts of agents
9 to 11 Keynesian Theory - Keynes Models
Classic model. Exercises.
Simple models of Keynes (families and companies). Exercises.
Keynes models with the introduction of the government. Exercises.
Keynes complete models. Exercises.
12 to 14 IS-LM model. Internal balance.
Market for goods and services. IS model.
Money market.
Model LM.
Simultaneous balance of the goods and services and monetary market - IS - LM.
Monetary policy of the IS-LM model.
Policy combination in the IS-LM model.

Extreme cases of IS and LM.
15 Global balances: aggregate demand and supply.

Sistemas de Informação

Information Systems

ECTS credits: **5**

Code 01100386

Objectivos da unidade curricular e competências a desenvolver

O objetivo principal da unidade curricular é de demonstrar como as TIC, tecnologias de informação e comunicação, podem ajudar os diferentes atores do Mundo empresarial nos vários níveis hierárquicos quer, por exemplo, de contabilidade quer de gestão. Mostra-se como se melhora a informação e a sua comunicação, no que concerne à qualidade, rapidez, segurança e confiabilidade, consolidando conhecimentos relativos ao uso das TIC e demonstrando as vantagens que possuem aqueles que já delas usufruem. Exemplifica-se alguns casos de estudo com tecnologias recentes utilizadas no mercado global e português e que demonstram o valor acrescentado que elas trazem ao Mundo empresarial.

Objectives of the curricular unit and competences to be developed

The main objective of the course is to demonstrate how ICT, information and communication technologies can help the different actors in the business world at various hierarchical levels, for example, in accounting or management. It is shown how to improve the information and its communication regarding the quality, speed, security and reliability, consolidating knowledge regarding the use of ICT and demonstrating the advantages that have those who already enjoy them. Are exemplified a few case studies with recent technologies used in the global market or Portuguese and which demonstrate the added value they bring to the business world.

Are developed generic skills instrumental in different grades (analysis and synthesis, oral communication and writing skills in foreign languages and IT, creativity, problem solving, capacity: critical evaluation, self-criticism, self-assessment, research and decision), personal (ability to adapt to new situations, knowledge of other cultures and customs, and teamwork in an international context, interpersonal relations, ethical and responsible behavior, leadership) and systemic (negotiating skills, initiative and entrepreneurial spirit, concern for quality and the efficacy, knowing how to organize, plan and manage).

Conteúdos programáticos:

Aplicação à realidade do Mundo empresarial.
Técnicas gráficas de descrição de organizações; os mapas conceituais.
Organizações, Administração e a Empresa em rede
Infraestrutura de Tecnologia da Informação
Principais aplicações de sistemas para a era digital
Construção e gestão de sistemas

Syllabus:

Application to the reality of the business world.
Organizations, Management, and the Networked Enterprise

1. Information systems in business today
2. Global e-business and collaboration
3. Information systems, organizations, and strategy
4. Ethical and social issues in information systems

Information Technology Infrastructure

5. IT infrastructure and emerging technologies
6. Foundations of business. Intelligence: databases and information management
7. Telecommunications, the internet, and wireless technology
8. Securing information systems

Key systems applications for the digital age

9. Achieving operational excellence and customer intimacy: enterprise applications
10. e-Commerce: digital markets, digital goods
11. Managing knowledge

- 12. Enhancing decision making
- Building and managing systems
- 13. Building information systems
- 14. Managing projects
- 15. Managing global systems

Management
2nd Study Year, 1st Semester

Contabilidade de Gestão I

Management Accounting I

ECTS credits: **6**

Code 01100402

Objectivos da unidade curricular e competências a desenvolver

No fim da unidade curricular o aluno deve ser capaz de: Conhecer e compreender os fundamentos da análise e gestão de custos;1. Utilizar as técnicas, sistemas e métodos de apuramento dos custos de produção e prestação de serviços;2. Adaptar as técnicas, sistemas e métodos de apuramento dos custos às especificidades das organizações;3. Identificar e determinar os custos da gestão de stocks e da gestão da qualidade;4. Analisar e gerir os custos das organizações

Objectives of the curricular unit and competences to be developed

Learning outcomes of the course unit at the end of the course unit the learner is expected to be able to: Know and understand the fundamentals of cost analysis and management; Use techniques, systems and methods for calculating production and service costs; Adapt costing techniques, systems and methods to the specificities of organizations; Identify and determine the costs of stock management and quality management 4. Analyze and manage organizations costs

Conteúdos programáticos:

1. Fundamentos da Contabilidade de Gestão Âmbito e objetivos da Contabilidade de Gestão e Análise e gestão de custos; Os custos e as funções de gestão; Conceitos fundamentais de custos; Reclassificação dos custos por funções e a demonstração de resultados 2. Apuramento dos Custos de Produção e Prestação de Serviços Componentes dos custos de produção e prestação de serviços; Os custos da produção acabada, em curso de fabrico e dos produtos vendidos; Sistemas de custeio; Métodos de acumulação dos custos e regimes de fabrico; 3. Gestão de Custos, de Stocks e da Qualidade Gestão de stocks e os custos da gestão de stocks; Gestão da qualidade e os custos da gestão da qualidade.

Syllabus:

1. Fundamentals of Management Accounting Scope and Objectives of Management Accounting and Analysis and Cost Management; Scope and objectives of cost analysis and management; Costs and management functions; Fundamental concepts of costs; Reclassification of costs by function and income statement 2. Calculation of Production Costs and Provision of Services Components of production and service costs; The costs of finished production, work in progress and products sold; Costing systems; Cost accumulation methods and manufacturing schemes; 3. Cost, Stock and Quality Management Stock management and the costs of stock management; Quality management and quality management costs

Objectivos da unidade curricular e competências a desenvolver

1. Identificar os conceitos associados a gestão da produção e de operações;
2. Conhecer os princípios que caracterizam a gestão da produção e de operações;
3. Avaliar os principais instrumentos da gestão da produção e de operações;
4. Promover a interação da teoria com a prática da gestão da produção e de operações;
5. Aplicar a teoria e os conceitos da gestão da produção e de operações que podem ser utilizados nas empresas.

Objectives of the curricular unit and competences to be developed

1. Identify the main concepts associated with the theories of production management.
2. Provide students with a general understanding of the principles which can be feature for production management.
3. Assess the main instruments of production management.
4. Promoting the interaction between theory and practice of production management.
5. Apply theory and concepts of production management for businesses.

Conteúdos programáticos:

1. Introdução a Gestão da Produção e de Operações
2. Princípios, técnicas e instrumentos que auxiliam a Gestão da Produção e de Operações
3. Flexibilidade, Capacidade, Processos e Tecnologias
4. A Gestão de Projetos
5. Gestão de Stocks
6. . Noções Básicas sobre a Gestão da Qualidade

Syllabus:

1. Introduction to Production and Operations Management

- 1.1. Production and Operations Management Basics
- 1.2. Origin, history and evolution of Production and Operations Management
- 1.3. Differentiation between production of goods and management of operations (services)
- 1.4. Production process planning

2. Principles, techniques and tools that assist Production and Operations Management

- 2.1. Value Chain Management
- 2.2. Material Requirement Planning
- 2.3. Just in time

3. Flexibility, Capacity, Processes and Technologies

- 3.1. Determinants of Flexibility
- 3.2. Capacity Planning
- 3.3. Decision Factors in Choosing Processes and Technologies

4. Project Management

- 4.1. Purpose and Functions
- 4.2. Gantt Method
- 4.3. PERT Method

5. Stock Management

- 5.1. Stock typologies
- 5.2. Stock Evolution Chart
- 5.3. ABC classification

6. Basic notions about Quality Management

Gestão de Recursos Humanos

Human Recourse Management

ECTS credits: 6

Code 01100424

Objectivos da unidade curricular e competências a desenvolver

O objetivo geral da UC de Gestão de Recursos Humanos é fornecer uma visão integrada da Gestão de Recursos Humanos (GRH) e permitir adquirir conhecimentos e competências no que respeita às suas políticas.

Espera-se que os alunos adquiram as seguintes competências:

1. Conhecer os principais aspetos de uma política de recursos humanos;
2. Compreender a importância da GRH no contexto atual das organizações e no seu desenvolvimento efetivo;
3. Conceber um plano estratégico de GRH;
4. Administrar as diversas funções de GRH, desde o recrutamento e seleção, manutenção e saída dos recursos humanos;
5. Controlar as diversas funções dos recursos humanos.

Objectives of the curricular unit and competences to be developed

The overall objective of the Human Resource Management UC is to provide an integrated view of Human Resource Management (HRM) and to enable them to acquire knowledge and skills in their policies.

Students are expected to acquire the following skills:

1. Know the main aspects of a human resources policy;
2. Understand the importance of HRM in the current context of organizations and their effective development;
3. Design an HRM strategic plan;
4. Manage the various functions of HRM, from recruitment and selection, maintenance and departure of human resources;

Conteúdos programáticos:

1. Enquadramento da Gestão de Recursos Humanos 1.1. O que é a Gestão de Pessoas / Recursos Humanos? 1.2. A evolução da Gestão de Recursos Humanos 1.3. Papéis e responsabilidades da Gestão de Recursos Humanos

2. Planeamento de Recursos Humanos 2.1. Princípios gerais e objetivos 2.2. Modelos de planeamento de recursos humanos 2.3. O Plano de Recursos Humanos (PRH)

3. Descrição, Análise e Qualificação de Funções 3.1. A Descrição e Análise de Funções (DAF) 3.1.1. Objetivos e processo da DAF 3.1.2. Métodos de recolha de informação 3.2. A Qualificação de Funções

4. Recrutamento e Seleção 4.1. O processo de Recrutamento e Seleção 4.2. Fontes e tipos de Recrutamento 4.3. Métodos de Seleção

5. Gestão e Avaliação do Desempenho 5.1. A Avaliação do Desempenho como sistema 5.2. Métodos de avaliação de desempenho 5.3. Resultados da avaliação de desempenho

6. Carreiras Profissionais 6.1. Teorias e modelos de carreira 6.2. Gestão e desenvolvimento de carreiras

7. Formação e Desenvolvimento 7.1. Modalidades e processos formativos 7.2. O ciclo da formação

8. Gestão da Remuneração 8.1. Objetivos e componentes de um sistema de recompensas 8.2. Sistemas de recompensa e motivação

Syllabus:

1. Human Resources Management Framework 1.1. What is People Management / Human Resources? 1.2. The

Evolution of Human Resource Management 1.3. Human Resources Management Roles and Responsibilities

2. Human Resource Planning 2.1. General principles and objectives 2.2. Human resource planning models 2.3. The Human Resources Plan (HRP)

3. Description, Analysis and Qualification of Functions 3.1. Description and Analysis of Functions (DAF) 3.1.1. DAF Objectives and Process 3.1.2. Information Collection Methods 3.2. The Qualification of Functions

4. Recruitment and Selection 4.1. The Recruitment and Selection Process 4.2. Recruitment Sources and Types 4.3. Selection Methods

5. Management and Performance Evaluation 5.1. Performance Appraisal as a System 5.2. Performance Appraisal Methods 5.3. Performance appraisal results

6. Professional Careers 6.1. Career Theories and Models 6.2. Career Development & Management

7. Training and Development 7.1. Modalities and formative processes 7.2. The cycle of formation

8. Remuneration Management 8.1. Objectives and components of a reward system 8.2. Reward and Motivation Systems

Management 2nd Study Year, 2nd Semester

Contabilidade de Gestão II

Management Accounting II

ECTS credits: **6**

Code 01100459

Objectivos da unidade curricular e competências a desenvolver

Esta unidade curricular tem como objetivo dotar os alunos dos conhecimentos avançados de Contabilidade de Gestão, nomeadamente os que se relacionam com: - Apuramento do gasto de produção e regimes de fabrico; - Custos padrão; - Gestão orçamental; - Conceção de sistemas de contabilidade analítica.

Objectives of the curricular unit and competences to be developed

This curricular unit aims to provide students with the advanced knowledge of Management Accounting, namely those related to: - Clearance of production expenditure and manufacturing regimes; - Standard costs; - Budget management; And - Design of analytical accounting systems.

Conteúdos programáticos:

I - APURAMENTO DO CUSTO DE PRODUÇÃO E REGIMES DE FABRICO; II – CUSTOS PADRÃO; III – A GESTÃO ORÇAMENTAL; IV – CONCEÇÃO DE SISTEMAS DE CONTABILIDADE ANALÍTICA

Syllabus:

I - CLEARANCE OF PRODUCTION COST AND MANUFACTURING SCHEMES 1.1 Industrial Enterprises and Manufacturing Regimes 1.2 Clearance of Costs by Production Orders (Direct Method) 1.2.1 Characteristics of the Method 1.2.2 Application of the Method 1.3 Cost clearance by Processes or Phases (Indirect Method) 1.3.1 Characteristics of the Method 1.3.2 Application of the Method 1.3.3. Method of Equivalent Units 1.3.4 Recovery of production in the process of manufacture 1.4 Joint Production 1.4.1 Definition 1.4.2 Joint Product Designation: Co-Products, Main Products, By-Products and Waste 1.4.3 Joint Costs versus Specific Costs 1.4.4 Methods for the Sharing of Joint Costs by Co-Products or Core Products 1.4.5 Valuation Criteria for the Recovery of By-Products and Waste 1.4.6. The Non-Relevance of Joint Costs for Decision-Making Purposes 1.5 Defective Production 1.5.1

Characterization 1.5.2 Product Costing 1.5.2.1 Defective production from "normal" causes 1.5.2.2 Defective production from "abnormal" causes II - STANDARD COSTS 2.1 Actual Costing System versus Theoretical Costing System 2.1.1 Characterization, Use, Scope and Objectives 2.1.2 Target Cost Types 2.2 Standard Costs 2.2.1 Conditions for your Calculation 2.2.2 Characterisation and use of standard costs as a management tool for planning and control 2.2.3 Standard Cost Advantages and Limitations 2.3 Analysis and Calculation of Deviations in Manufacturing Costs 2.3.1 Analysis and Calculation of Deviations from Direct Materials 2.3.2 Analysis and Calculation of Deviations from Direct Labor 2.3.3 Analysis and Calculation of Deviations from General Manufacturing Expenses 2.4 The accounting treatment of deviations III - BUDGETARY MANAGEMENT 3.1 Concepts 3.2 Budget objectives 3.3 Budget Features 3.4 Advantages and Limitations in the Use of Budgets 3.5 Types of Budgets 3.6 Budgeting Techniques 3.6.1 Rigid Budget 3.6.2 Flexible Budget IV - DESIGN OF ANALYTICAL ACCOUNTING 4.1 Organization of Analytical Accounting Systems 4.1.1 Definition of the Analytical Accounting subsystem 4.1.2 Definition of the main accounts to be used in a chart of accounts 4.2 Articulation of General Accounting with Analytical Accounting 4.2.1 Monsoon Systems 4.2.2 Dualist Systems 4.3 Scope and movement of the main accounts in a Double Accounting

Estratégia

Strategy

ECTS credits: **6**

| | |
|-------------|----------------|
| Code | 0110047 |
| | 6 |

Objetivos da unidade curricular e competências a desenvolver

O objetivo da Unidade Curricular de Estratégia é permitir aos Estudantes obterem uma compreensão aprofundada do porquê de algumas empresas terem um desempenho melhor do que outras. A metodologia basear-se-á num conjunto diversificado de ferramentas de criação de valor sustentável sobre estratégia e gestão de negócios tradicionais, criação de negócios digitais e migração para digital de negócios tradicionais. Serão realizadas análises analíticas para examinar como as empresas podem criar mais valor do que os seus concorrentes, e como podem manter uma vantagem competitiva ao longo do tempo. Analytical analyzes will be carried out to examine how companies can create more value than their competitors, and how they can maintain a competitive advantage over time. The applied study will focus on both internal (e.g. resources and capabilities) and external (e.g. market structure, competition) factors that can affect an organization's strategies and ability to create more value than the competitors. Different levels of strategy will be analyzed, ie, business-level strategy (determining how to position and compete in a market), corporate-level strategy (determining company boundaries), competitive strategy and international strategy. Case studies of companies operating in different industries and different geographic settings will be used. The bibliography adopted includes more than 1500 practical examples, figures, tables and maps and 11 case studies of some of the most successful companies and economic groups on a global scale – Zara, Huawei, Microsoft, Airbus, Airbnb, Toyota, Havaianas, Samsung, Farfetch, Netflix and McDonald's – with a clear focus on the global market, as well as a case study of the coronavirus, supported by a digital platform that expands and enriches the contents of the book and based on the EGOS Map for business management

Objectives of the curricular unit and competences to be developed:

The purpose of the Strategy Course Unit is to enable Students to gain an in-depth understanding of why some companies perform better than others. The methodology will be based on a diverse set of sustainable value creation tools on traditional business strategy and management, digital business creation and traditional business migration to digital.

Conteúdos programáticos:

Primeira parte: Formulação Estratégica. 1. Estratégia Sustentável 2. Análise do meio envolvente 3. Análise da empresa 4. Objetivos e estratégia 4.1. Produtos e Mercados 4.2. Integração vertical 4.3. Internacionalização 4.4. Diversificação 4.5. Desenvolvimento empresarial Segunda parte: Execução Estratégica 5. Planeamento 6. Implementação 7. Controlo

Syllabus:

First part: Strategic Formulation. 1. Sustainable Strategy 2. Analysis of the environment 3. Company analysis 4. Objectives and strategy 4.1. Products and Markets 4.2. vertical integration 4.3. internationalization 4.4. Diversification 4.5. business development Second part: Strategic Execution 5. Planning 6. Implementation 7. Control

Management 3rd Study Year, 1st Semester

Gestão da Qualidade

Quality Management

ECTS credits: **5**

Code

01100506

Objetivos da unidade curricular e competências a desenvolver

Tem como objectivos: proporcionar um entendimento das questões que afectam a qualidade dos bens e serviços desde a fase de design até ao produto/serviço final e conhecimentos que permitam às empresas usar a qualidade como arma competitiva

Objectives of the curricular unit and competences to be developed

The main goal is the better understanding of questions that affect the goods and services quality since the design until the final product/service and acquire quality knowledge to be used by the organizations as a competitive weapon.

Conteúdos programáticos:

Capítulo I – Introdução 1) Uma visão holística da qualidade Capítulo II – Conceitos de qualidade 2.1) Evolução do conceito da qualidade 2.2) Os gurus da qualidade 2.3) Gestão da qualidade e qualidade da gestão Capítulo III – Sistemas de Gestão da Qualidade 3.1) O Sistema Português da Qualidade 3.2) Certificação da qualidade pelas normas da série ISO 9000 3.4) Motivações e benefícios da certificação ISO 9001 3.5) Prazos e custos da certificação ISO 9001 3.6) Outras referências normativas 3.7) Auditorias da qualidade Capítulo IV – Gestão da qualidade total 4.1) Princípios da gestão da qualidade total 4.2) Gestão pela Qualidade Total e Rendimento 4.3) Os modelos de excelência 4.4) Fatores de implantação do TQM 4.5) Cultura de empresa e TQM 4.6)

Estratégias de implantação do TQM 4.7) Impacto do TQM na estrutura organizacional Capítulo V – Ferramentas da qualidade 5.1) Benchmarking 5.2) Brainstorming 5.3) Diagrama de causa-efeito

Syllabus:

Chapter I – Introduction 1) A holistic view of quality Chapter II – Quality concepts 2.1) Evolution of the concept of quality 2.2) Quality Gurus 2.3) Management of quality and quality of management Chapter III– Quality Management System 3.1) The Portuguese Quality System 3.2) Quality assurance standards of ISO 9000 3.4) Motivations and benefits of ISO 9001 3.5) Time and cost of ISO 9001 3.6) Other references normative 3.7) Quality Audits Chapter VI – Total quality management 4.1) Principles of total quality management 4.2) Total Quality Management and Performance 4.3) Excellence models 4.4) TQM implementation factors 4.3) Enterprise culture and TQM 4.4) Strategies for implementation of TQM 4.5) Impact of TQM on organizational structure Chapter V – Quality tools 5.1) Benchmarking 5.2) Brainstorming 5.4) Cause-effect diagram

Marketing

Marketing

ECTS credits: **7**

Code 01100517

Objetivos da unidade curricular e competências a desenvolver

A. Pretende-se que os alunos, no final da unidade curricular, sejam capazes de aplicar os principais conceitos de marketing Estratégico e Operacional, com a elaboração de um Estudo de mercado a partir da aplicação de métodos e técnicas de pesquisa de mercado, da análise dos principais concorrentes, no âmbito da construção de um Plano Marketing. Esta unidade curricular tem por objetivo desenvolver competências nos seguintes domínios: Capacidade de análise e síntese: B1. Perceber a importância e a evolução da função Marketing. B2. Demonstrar capacidade para realizar uma pesquisa de mercado recorrendo a métodos e técnicas que permitam elaborar um estudo de mercado. B3. Estruturar e redigir um Plano de Marketing. B4. Defender de uma forma sustentada o Plano de Marketing. B5. Preparar e comunicar adequadamente o Plano de Marketing. Capacidade para o estudo do marketing: C1. Percebam e expliquem as semelhanças e as diferenças entre o Marketing Estratégico e Operacional. C2. Entendam os distintos métodos e técnicas de marketing: Segmentação, Marketing Mix e Posicionamento. C3. Saibam medir o grau de desempenho da Propostas de Valor de distintas organizações presente no mercado. C4. Saber aplicar distintos métodos e técnicas de análise de marketing. C5. Demonstrem capacidade para pesquisar, analisar e avaliar a informação tratada pelos Alunos. Capacidade crítica: D. Identificar os pontos fortes de um Plano de Marketing, mas também, perceber as limitações do mesmo através de um plano de contingências.

Objectives of the curricular unit and competences to be developed

A. It is intended that students, at the end of the course, are able to apply the main concepts of Strategic and Operational marketing, with the elaboration of a market study based on the application of market research methods and techniques, the analysis of the main competitors, in the context of building a Marketing Plan. This curricular unit aims to develop skills in the following areas: Ability to analyze and synthesize: B1. Realize the importance and evolution of the Marketing function. B2. Demonstrate the ability to conduct market research using methods and techniques that allow a market study to be carried out. B3. Structure and write a Marketing Plan. B4. Defend the Marketing Plan in a sustained way. B5. Prepare and properly communicate the Marketing Plan. Ability to study marketing: C1. Realize and explain the similarities and differences between Strategic and Operational Marketing. C2. Understand the different marketing methods and techniques: Segmentation, Marketing Mix and Positioning. C3. Know how to measure the degree of performance of the Value Proposals of

different organizations present in the market. C4. Know how to apply different methods and techniques of marketing analysis. C5. Demonstrate the ability to research, analyze and evaluate the information handled by the Students. Critical capacity: D. Identifying the strengths of a Marketing Plan, but also, realizing its limitations through a contingency plan.

Conteúdos programáticos:

1. Evolução do conceito de Marketing. 2. Estudo de Mercado: Métodos e técnicas de pesquisa de mercado. 3. Análise da conjuntura do mercado. 4. Análise de marketing Estratégico: Decisões sobre a marca e a linha de produtos/serviços. 5. Análise de marketing Operacional: articulação do marketing e as outras áreas funcionais. 6. Análise SWOT: Oportunidades, Ameaças, forças e Fraquezas. 7. Segmentação e Target, escolha de segmentos alvo. 8. Posicionamento da empresa e da gama de produtos/serviços. 9. Marketing-Mix: Produto/Serviço/Marca. 10. Marketing-Mix: Preço e Condições. 11. Canal de distribuição. 12. Comunicação e Promoção. 13. Plano de Marketing. 14. Framwork Canvas Marketing Plan. 15. Componentes do Plano de Marketing e Control.

Syllabus:

1. Evolution of the Marketing concept. 2. Market Study: Market research methods and techniques. 3. Analysis of the market situation. 4. Strategic marketing analysis: Decisions about the brand and the line of products / services. 5. Operational marketing analysis: articulation of marketing and other functional areas. 6. SWOT Analysis: Opportunities, Threats, Strengths and Weaknesses. 7. Segmentation and Target, choice of target segments. 8. Positioning of the company and the range of products / services. 9. Marketing-Mix: Product / Service / Brand. 10. Marketing-Mix: Price and Conditions. 11. Distribution channel. 12. Communication and Promotion. 13. Marketing Plan. 14. Framwork Canvas Marketing Plan. 15. Components of the Marketing and Control Plan.

Técnicas de Negociação e Liderança

Negotiation and Leadership Techniques

ECTS credits: **6**

Code 01100539

Objetivos da unidade curricular e competências a desenvolver

Com a unidade curricular de Técnicas de Negociação e Liderança pretende-se dar a conhecer conceitos fundamentais na área da psicossociologia das organizações de forma a que os alunos desenvolvam competências fundamentais à compreensão e gestão eficaz do comportamento humano em contexto organizacional

Objectives of the curricular unit and competences to be developed

With the course unit on Negotiation and Leadership Techniques, it is intended to make known fundamental concepts in the area of psychosociology of organizations so that students develop fundamental skills for the understanding and effective management of human behavior in an organizational contexto.

Conteúdos programáticos:

1. Organizações: natureza e complexidade 1.1. A organização como sistema sociotécnico 1.2. Comportamento organizacional: clima e cultura 2. Motivação e satisfação no trabalho 2.1. O que é a motivação 2.2. Necessidades

e motivação 2.3. Satisfação no trabalho 3. Liderança 3.1. Conceito de liderança 3.1.1. Liderança versus gestão: as diferenças 3.1.2. Liderança e eficácia organizacional 3.2. Principais abordagens da liderança 3.2.1. Teoria dos traços 3.2.2. Teorias comportamentais 3.2.3. Teorias contingenciais 3.3. Liderança transformacional e liderança transacional 3.4. Novos contributos da teoria dos traços (liderança carismática) 4. Conflito 4.1. Noção de conflito 4.2. Conflito: visão tradicional e atual 4.3. Tipos de conflito 4.4. O processo e as causas de conflito nas organizações 5. Negociação 5.1. Conceitos básicos da negociação 5.2. A preparação da negociação 5.3. Estratégias e táticas de negociação 5.4. Erros comuns na negociação

Syllabus:

1. Organizations: nature and complexity 1.1. The organization as a socio-technical system 1.2. Organizational behavior: climate and culture 2. Motivation and job satisfaction 2.1. What is the motivation 2.2. Needs and motivation 2.3. Job satisfaction 3. Leadership 3.1. Concept of Leadership 3.1.1. Leadership versus management: differences 3.1.2. Leadership and organizational efficacy 3.2. Main approaches of Leadership 3.2.1. Traits Theory 3.2.2. Behavioral Theory 3.2.3. Contingency Theory 3.3. Transformational leadership and transactional leadership 3.4. News contributes of Traits Theory 4. Conflict 4.1. Notion of conflict 4.2. Conflict: traditional and current view 4.3. Conflict types 4.4. The process and causes of conflict in organizations 5. Negotiation 5.1. Basic concepts of negotiation 5.2. The preparation of the negotiation 5.3. Negotiation strategies and tactics 5.4. Common trading mistakes

Management
3rd Study Year, 2nd Semester

| | |
|---|----------------------|
| Ética e Responsabilidade Social | |
| Ethics and Social Responsibility | |
| ECTS credits: 4 | Code 01100550 |

Objetivos da unidade curricular e competências a desenvolver

Para muitos, nas economias de mercado o objetivo das empresas ainda é a maximização do lucro. A presente unidade curricular está orientada para gerar a ideia estratégica de que as organizações, com ou sem fins lucrativos, devem, no âmbito das atividades que exercem e nos mercados em que operam, observar práticas que traduzam uma conduta ética, transparente e de valores, estruturada na base da responsabilidade de dimensão social com a comunidade envolvente e a criação de valor.

Objectives of the curricular unit and competences to be developed

For many people, in market economies the objective of companies is still to maximize profit. This curricular unit is oriented to generate the strategic idea that organizations, whether for profit or not, must, within the scope of their activities and in the markets in which they operate, observe practices that translate ethical, transparent and values conduct, structured on the basis of social responsibility with the surrounding community and the creation of value.

Conteúdos programáticos:

1. Os conceitos de Moral e Ética 2. A Ética e Gestão: teorias normativas 3. O conceito da Responsabilidade Social: sua evolução 4. Responsabilidade Social Organizacional (RSO): perspetivas teóricas 5. Sustentabilidade organizacional: conceitos. A Matriz da Virtude 6. Corporate Governance: conceito e modelos 7. Os Códigos de Ética e de Conduta: motivações, funções e limitações 8. O Relatório de Responsabilidade Social no âmbito da Gestão 9. Certificações em Responsabilidade Social: as normas SA 8000, NP ISO 26000 e NP 4469

Syllabus:

1. The concepts of Morals and Ethics 2. Ethics and Management: normative theories 3. The concept of Social Responsibility: its evolution 4. Corporate Social Responsibility (CSR): theoretical perspectives 5. Organizational sustainability: concepts. The Virtue Matrix 6. Corporate Governance: concept and models 7. The Codes of Ethics and Conduct: motivations, functions and limitations 8. The Social Responsibility Report in the scope of Management 9. Social Responsibility Certifications: SA 8000, NP ISO 26000 standards and NP 4469

Empreendedorismo

Entrepreneurship

ECTS credits: 5

Code 01100545

Objetivos da unidade curricular e competências a desenvolver

Pretende-se que os Estudantes compreendam o funcionamento de uma organização num contexto de uma atmosfera empreendedora: resolver problemas ou identificar oportunidades e transformá-las num negócio.

Objectives of the curricular unit and competences to be developed

It is intended that students understand the functioning of an organization in the context of an entrepreneurial atmosphere: solving problems or identifying opportunities and transforming them into a profitable business.

Conteúdos programáticos:

1. Da Ideia à Oportunidade. Reflexão sobre o problema/oportunidade (incubar a ideia). 2. Teste de hipóteses. Qual será o algoritmo lógico do modelo de negócio: pessoal e empresarial? 3. Da oportunidade ao modelo de negócios/oportunidade profissional. Validação das hipóteses. 4. Consolidação do problema ou da oportunidade. Team e Market Driven. 5. Consolidação da ideia. Design Thinking. 6. Workshop: Como fazer um pitch com sucesso? 7. Elevator pitch para apresentação do modelo de negócios (10 minutos) 8. Metodologia para a elaboração de um Business Case Roadmap. 9. Elaboração de um Master Plan. 10. Workshop: Plano de negócios ou Business Case Roadmap. 11. Short form pitch para apresentação modelo de negócio (15 minutos) 12. Workshop: Definição do modelo societário? Pacto e social e contratos de trabalho. 13. Consolidação do Plano de negócios (incubar o projeto). 14. Workshop: Financiamento e apoios a um projeto? 15. Projeto de financiamento (simulação) 16. Long form Pitch com investidores.

Syllabus:

1. From Idea to Opportunity. Reflection on the problem / opportunity (incubate the idea). 2. Hypothesis testing. What will be the logical algorithm of the business model: personal and business? 3. From opportunity to business model / professional opportunity. Validation of hypotheses. 4. Consolidation of the problem or opportunity. Team and Market Driven. 5. Consolidation of the idea. Design Thinking. 6. Workshop: How to pitch successfully? 7. Elevator pitch for presenting the business model (10 minutes) 8. Methodology for the elaboration of a Business Case Roadmap. 9. Elaboration of a Master Plan. 10. Workshop: Business Plan or Business Case Roadmap. 11. Short form pitch for business model presentation (15 minutes) 12. Workshop: Definition of the corporate model? Pact and social and employment contracts. 13. Consolidation of the Business Plan (incubate the project). 14. Workshop: Financing and support for a project? 15. Financing project (simulation) 16. Long form Pitch with investors.

Objetivos da unidade curricular e competências a desenvolver

Este modulo introduz um novo estudo das forças micro e macro que modelam os negócios internacionais nas suas diferentes vertentes desde a eventualidade das vendas online para todo o mundo, as exportações ou a parcerias com empresas estrangeiras.

Conhecer os intervenientes numa visão global de internacionaliza ao Macro e Micro da economia um pais;

Analisar o comportamento dos mercados internacionais face a uma nova candidatura.

Compreender o alcance das políticas governamentais para melhorar a internacionaliza ao das empresas.

Objectives of the curricular unit and competences to be developed

This module introduces a new study of the micro and macro forces that shape international business in its different aspects, from the possibility of online sales to the whole world, exports or partnerships with foreign companies.

Knowing the actors in a global vision of internationalizing the Macro and Micro economy of a country;

Analyze the behavior of international markets in the face of a new candidacy.

Understand the scope of government policies to improve the internationalization of companies.

Conteúdos programáticos:

1. Internacionaliza9ao e globaliza9ao 1.1. História do comercio internacional e a globaliza9ao. 2. A Economias i mundial e a integra9ao internacional 2.1. As economias desenvolvidas, em desenvolvimento e em transi9ao i 2.2. Vantagens comparativas e os ganhos mútuos com o comercio 2.3. Hist6ria e regula9ao do comercio internacional 2.4. A forma9ao das economias regionais 3. O Ambiente Macroecon6mico 3.1. Metas, macroecon6micas, ciclos e crescimento 3.2. Mercados financeiros 3.3. O ambiente político e legal 3.4. Politico-sistemas ao redor do mundo 3.4.1. Organiza9oes - Geopolíticos/supranacional 3.4.2. Tratados internacionais, direitos humanos, conven96es e disputas 3.4.3. Governo e rela9oes com a indústria 4. Ambiente Competitivo; Internacional 4.1. Economia de mercados competitivos 4.2. Mercado internacional de for9as 5. A Estrutura dos Mercados e a Economia 5.1. Os governos e os mercados 5.2. Diferen9as s6cio-culturais 5.3. Impacto da tecnologia 5.4. Revolu9ao tecnol6gica 5.5. IP, patentes internacionais e padrões 5.6. Uso da análise PESTEL

Syllabus:

1. Internationalization and globalization 1.1. History of international trade and globalization. 2. World, economies and international integration 2.1. Developed, developing and transition economies 2.2. Comparative advantages and mutual gains from trade 2.3. History and regulation of international trade 2.4. The formation of regional economies 3. The Macroeconomic Environment 3.1. Macroeconomic goals, cycles and growth 3.2. Financial markets 3.3. The political and legal environment 3.4. Political systems around the world 3.4.1. Organizations - Geo-politics/supranational 3.4.2. International Treaties, human rights, conventions and disputes 3.4.3. Government and industry relations 4. International Competitive Environment 4.1. Economics of competitive markets 4.2. International force market 5. Market Structure and the Economy 5.1. Governments and markets 5.2. Socio-cultural differences 5.3. Im.pact of technology 5.4. Technological revolution 5.5. IP,

international patents and standards 5.6. Use of PESTEL analysis