

NCE/21/2100341 — Apresentação do pedido corrigido - Novo ciclo de estudos ministrado a distância

1. Caracterização geral do ciclo de estudos

1.1. Instituição de Ensino Superior:

Instituto Português de Administração de Marketing do Porto

1.1.a. Outra(s) Instituição(ões) de Ensino Superior (proposta em associação) (Nos termos do artigo 5.º do Decreto-Lei n.º 133/2019 de 3 de setembro.):

Ipam - Instituto Português De Administração De Marketing De Lisboa

1.1.b. Outras Instituições de Ensino Superior (estrangeiras, 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 e alterado pelo Decreto-Lei n.º 27/2021 de 16 de abril):

<sem resposta>

1.1.c. Outras Instituições (em cooperação) (Nos termos do artigo 6.º do Decreto-Lei n.º 133/2019 de 3 de setembro.):

<sem resposta>

1.2. Unidade orgânica da entidade proponente (faculdade, escola, instituto, etc.):

Instituto Português de Administração de Marketing do Porto

1.2.a. Identificação da(s) unidade(s) orgânica(s) da(s) entidade(s) parceira(s) (faculdade, escola, instituto, etc.) (proposta em associação). (Nos termos do artigo 5.º do Decreto-Lei n.º 133/2019 de 3 de setembro.):

Ipam - Instituto Português De Administração De Marketing De Lisboa

1.2.b. Identificação da(s) unidade(s) orgânica(s) da(s) entidade(s) parceira(s) (faculdade, escola, instituto, etc.) (proposta em associação com IES estrangeiras). (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>

1.2.c. Identificação da(s) unidade(s) orgânica(s) da(s) entidade(s) parceira(s) (faculdade, escola, instituto, empresas, etc.) (proposta em cooperação). (Nos termos do artigo 6.º do Decreto-Lei n.º 133/2019 de 3 de setembro.):

<sem resposta>

1.3. Designação do ciclo de estudos:

Gestão de Marketing

1.3. Study programme:

Marketing Management

1.4. Grau:

Licenciado

1.5. Área científica predominante do ciclo de estudos:

Marketing e Publicidade

1.5. Main scientific area of the study programme:

Marketing and Advertising

1.6.1 Classificação CNAEF – primeira área fundamental, de acordo com a Portaria n.º 256/2005, de 16 de Março (CNAEF-3 dígitos):

342

1.6.2 Classificação CNAEF – segunda área fundamental, de acordo com a Portaria n.º 256/2005, de 16 de Março (CNAEF-3 dígitos), se aplicável:

<sem resposta>

1.6.3 Classificação CNAEF – terceira área fundamental, de acordo com a Portaria n.º 256/2005, de 16 de Março (CNAEF-3 dígitos), se aplicável:

<sem resposta>

1.7. Número de créditos ECTS necessário à obtenção do grau:

180

1.8. Duração do ciclo de estudos (art.º 3 DL-74/2006, na redação conferida pelo DL-65/2018):

6 semestres

1.8. Duration of the study programme (article 3, DL no. 74/2006, March 24th, as written in the DL no. 65/2018, of August 16th):

6 semesters

1.9. Número máximo de admissões proposto:

50

1.10. Condições específicas de ingresso (art.º 3 DL-74/2006, na redação conferida pelo DL-65/2018).

Podem candidatar-se ao ciclo de estudos:

(1) Os titulares de um curso de ensino secundário ou equivalente, que façam prova de capacidade, através: (a) da realização das provas específicas de ingresso ou homologas; ou (b) das provas internas de avaliação dos conhecimentos e competências consideradas indispensáveis ao ingresso;

(2) Os que tenham sido aprovados: (a) Nas provas destinadas aos maiores de 23 anos; ou (b) nas provas de avaliação de conhecimentos e competências para titulares dos cursos de dupla certificação do ensino secundário e cursos artísticos especializados; ou (c) os estudantes internacionais que cumpram as condições do art.4.o do Regulamento de Ingresso Estudante Internacional.

Constituem ainda condições específicas de ingresso obrigatórias:

(1) possuir um conhecimento da língua adequado à frequência do CE, a demonstrar por prova documental ou pela realização de entrevista;

(2) obter aprovação na prova interna de avaliação de competências digitais.

1.10. Specific entry requirements (article 3, DL no. 74/2006, as written in the DL no. 65/2018).

1) Holders of a secondary education course or equivalent, who provide proof of capacity, through: (a) the completion of the specific or homologous entrance examinations; or (b) the internal tests for the assessment of knowledge and competences considered indispensable for admission;

(2) Those who have passed: (a) in the tests for those over 23 years of age; or (b) in the tests to assess knowledge and competences for holders of secondary school dual certification courses and specialised artistic courses; or (c) the international students who meet the conditions of art. 4 of the International Student Admission Regulations.

The following are also compulsory specific conditions for admission

(1) have a knowledge of the language appropriate for attending the EC, to be demonstrated by documentary evidence or by conducting an interview;

(2) pass the internal assessment test of digital skills.

1.11. Regime de funcionamento.

Não tem componente presencial

1.11.1 Número total de créditos ECTS das unidades curriculares predominantemente lecionadas a distância.

180

1.11.2 Percentagem de créditos ECTS das unidades curriculares predominantemente lecionadas a distância.

100

1.12. Local onde será ministrada a componente presencial do ciclo de estudos (se aplicável):

n.a.

1.13. Regulamento de creditação de formação académica e de experiência profissional, publicado em Diário da República (PDF, máx. 500KB):

[1.13._1.13._REG_Creditações IPAMs.pdf](#)

1.14. Observações:

O consórcio IPAM Lisboa - Porto, e a parceria com a Universidade Aberta, visa capacitar as outorgantes no sentido de promoverem uma ampla e qualificada oferta de ensino a distância. Destacam-se as sinergias entre as IES:

a. Formação pedagógica do corpo docente, tutores e pessoal de suporte técnico (tal como disposto pelo Decreto-Lei 133/2019);

b. Colaboração de docentes em atividades de docência e/ou investigação nas outras instituições;

c. Partilha de experiências de modelo académico e de boas práticas pedagógicas;
 d. Acesso a ferramentas tecnológicas, de suporte à produção e edição dos elementos digitais;
 e. Acesso a redes de cooperação, nacionais e estrangeiras, integradas pelas IES participantes.
 Concretamente, o consórcio IPAM Lisboa-Porto assume o Ensino a Distância (EaD) como estruturante, do qual o presente CE é parte integrante, e não uma proposta avulsa. Está a ser implementado o modelo pedagógico Learn@Flex, com ensino e acompanhamento do estudante, 100% a distância, na sua aprendizagem ao longo da vida, presente nos departamentos de marketing, admissões, serviços académicos, Direção e IT. O consórcio, ao reforçar os seus quadros por profissionais com experiência e reputação, vem permitir a conceção, implementação e avaliação do modelo pedagógico para o ensino a distância (ver <https://www.ipam.pt/hubfs/IPAM-SITE/regulamentacao/ProjetoAcademicoEaD.pdf>). Acumula desde 2011 uma experiência relevante no EaD através da sua Licenciatura e Mestrado em Gestão de Marketing, complementada por oferta não conferente de grau com diversas pós-graduações. Atualmente, entre os 6 programas não conferentes de grau oferecidos, num total de 20 edições, foram lecionadas cerca de 600 aulas na modalidade à distância, com produção de cerca de 750 conteúdos de aprendizagem digital pelo Laboratório de Educação Digital, tendo sido formados cerca de 485 estudantes. Ao longo destes anos, nos dois CE conferentes de grau foram formados, adicionalmente, mais de 450 estudantes. A licenciatura em Gestão de Marketing pretende desenvolver as competências essenciais para uma função em marketing. Ao longo de todo o ciclo de estudos, os estudantes realizam projetos em parceria com empresas, respondem a desafios empresariais, participam em concursos nacionais e internacionais de marketing, assistem a aulas lecionadas por representantes de empresas e conhecem a realidade profissional de um gestor de marketing. Têm ainda a oportunidade de prepararem-se para certificações em Marketing Digital, tais como Hubspot, Google, Facebook, Instagram e LinkedIn, o que lhes permite absorver uma área fundamental no marketing no contexto atual. Para além disto, a vertente sócio ambiental e empreendedora não é posta de lado, as quais são trabalhadas em casos neste contexto.

1.14.Observations:

The consortium IPAM Lisbon - Porto, and the partnership with Universidade Aberta, aims to enable the partners to promote a wide and qualified distance learning offer. The synergies between the HEIs are highlighted:

- Pedagogic training of teaching staff, tutors and technical support staff (as provided by Decree-Law 133/2019);
- Collaboration of teaching staff in teaching and/or research activities in the other institutions;
- Sharing of experiences of academic model and good pedagogical practices;
- Access to technological tools, to support the production and editing of digital elements;
- Access to national and foreign cooperation networks, integrated by the participating HEIs.

Specifically, the IPAM Lisbon-Porto consortium assumes Distance Learning (DL) as a structuring element, of which the present Course is an integral part, and not a separate proposal. The Learn@Flex pedagogic model is being implemented, with teaching and monitoring of students, 100% at a distance, in their lifelong learning, present in the marketing, admissions, academic services, Executive Director's Office and IT departments. The consortium, by reinforcing its staff by professionals with experience and reputation, allows the design, implementation and evaluation of the pedagogic model for distance learning (see <https://www.ipam.pt/hubfs/IPAM-SITE/regulamentacao/ProjetoAcademicoEaD.pdf>). It has accumulated, since 2011, a relevant experience in EaD through its Degree and Master in Marketing Management, complemented by a non-degree offer with several post-graduate courses. Currently, among the 6 non-degree programmes offered, in a total of 20 editions, about 600 distance learning classes have been taught, with the production of about 750 digital learning contents by the Digital Education Lab, having trained about 485 students. Throughout these years, in the two degree-awarding CEs, an additional 450 students were trained.

The degree in Marketing Management aims to develop the essential skills for a role in marketing. Throughout the study cycle, students carry out projects in partnership with companies, respond to business challenges, participate in national and international marketing competitions, attend classes taught by company representatives and get to know the professional reality of a marketing manager. They also have the opportunity to prepare for certifications in Digital Marketing, such as Hubspot, Google, Facebook, Instagram and LinkedIn, which allows them to absorb a fundamental area in marketing in the current context. In addition, the socio-environmental and entrepreneurial aspects are not left aside, which are worked on in cases in this context.

2. Formalização do Pedido

Mapa I - Conselho Técnico-Científico - IPAM Lisboa

2.1.1.Órgão ouvido:

Conselho Técnico-Científico - IPAM Lisboa

2.1.2.Cópia de ata (ou extrato de ata) ou deliberação deste órgão assinada e datada (PDF, máx. 100kB):

[2.1.2._Conselho Técnico-Científico - IPAM Lisboa.pdf](#)

Mapa I - Conselho de Gestão - IPAM Porto

2.1.1. Órgão ouvido:

Conselho de Gestão - IPAM Porto

2.1.2. Cópia de ata (ou extrato de ata) ou deliberação deste órgão assinada e datada (PDF, máx. 100kB):

[2.1.2._Conselho de Gestão do IPAM Porto.pdf](#)

Mapa I - Conselho de Gestão - IPAM Lisboa

2.1.1. Órgão ouvido:

Conselho de Gestão - IPAM Lisboa

2.1.2. Cópia de ata (ou extrato de ata) ou deliberação deste órgão assinada e datada (PDF, máx. 100kB):

[2.1.2._Conselho de Gestão do IPAM Lisboa.pdf](#)

Mapa I - Conselho de Pedagógico - IPAM Lisboa

2.1.1. Órgão ouvido:

Conselho de Pedagógico - IPAM Lisboa

2.1.2. Cópia de ata (ou extrato de ata) ou deliberação deste órgão assinada e datada (PDF, máx. 100kB):

[2.1.2._Conselho de Pedagógico IPAM Lisboa.pdf](#)

Mapa I - Consórcio

2.1.1. Órgão ouvido:

Consórcio

2.1.2. Cópia de ata (ou extrato de ata) ou deliberação deste órgão assinada e datada (PDF, máx. 100kB):

[2.1.2._Consórcio_IPAM.pdf](#)

Mapa I - Conselho Técnico-Científico - IPAM Porto

2.1.1. Órgão ouvido:

Conselho Técnico-Científico - IPAM Porto

2.1.2. Cópia de ata (ou extrato de ata) ou deliberação deste órgão assinada e datada (PDF, máx. 100kB):

[2.1.2._CTC_IPAM Porto.pdf](#)

Mapa I - Conselho Pedagógico - IPAM Porto

2.1.1. Órgão ouvido:

Conselho Pedagógico - IPAM Porto

2.1.2. Cópia de ata (ou extrato de ata) ou deliberação deste órgão assinada e datada (PDF, máx. 100kB):

[2.1.2._Extrato da ata n.º 48-compactado.pdf](#)

3. Âmbito e objetivos do ciclo de estudos. Adequação ao projeto educativo, científico e cultural da instituição

3.1. Objetivos gerais definidos para o ciclo de estudos:

-Renovar o ensino do Marketing em Portugal, centrando a formação nas competências analíticas e relacionais, que se cruzam com conhecimento de gestão e marketing, dando corpo a uma tendência internacional;

-Oferecer um CE na modalidade em EaD, conforme à legislação em vigor e aos mais altos padrões de qualidade pedagógica, integrando um corpo docente e de suporte de elevada qualidade e com formação específica, apoiados por tecnologia adequada;

-Atrair estudantes nacionais e internacionais, que procurem uma oferta formativa flexível e adequada às suas necessidades formativas. Para além das competências específicas do CE, pretende-se valorizar o desenvolvimento das soft skills dos estudantes;

-Desenvolver parcerias, que permitam o desenvolvimento do modelo académico, do corpo docente e de suporte e dos meios de interação a um nível de excelência;

-Desenvolver investigação científica de qualidade, de forma a garantir a produção de conhecimento útil para esta

atividade.

3.1. The study programme's generic objectives:

- Renew the teaching of Marketing in Portugal, focusing the training on analytical and relational skills, which intersect with management and marketing knowledge, embodying an international trend;
- Offer a SC in distance education modality, by current legislation and the highest standards of pedagogical quality, integrating high-quality teaching and support staff with specific training, supported by appropriate technology;
- Attract national and international students who are looking for a flexible training offer suited to their training needs. In addition to the specific competencies of the SC, it is intended to enhance the development of students' soft skills;
- Develop partnerships that allow the development of the academic model, the teaching and support staff, and the means of interaction at a level of excellence;
- Develop quality scientific research, to ensure the production of useful knowledge for this activity.

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

- Identificar os conceitos práticos e técnicas de gestão de marketing
- Aplicar os conceitos da gestão de organizações no marketing
- Interpretar contexto económico e financeiro e aplicá-los aos negócios
- Demonstrar habilidades analíticas para melhor tomada de decisão
- Identificar métodos e técnicas de marketing para utilização estratégica
- Construir um papel proactivo, de gestão e liderança de equipas
- Decidir uma estratégia para impulsionar o crescimento da empresa
- Desenvolver valor organizacional com qualidade, rigor científico e ética

3.2. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences) to be developed by the students:

- Identify practical concepts and marketing management techniques
- Apply the concepts of organization management in marketing
- Interpret economic and financial context and apply them to business
- Demonstrate analytical skills for better decision making
- Identify marketing methods and techniques for strategic use
- Build a proactive, management and team leadership role
- Decide on a strategy to drive business growth
- Develop organizational value with quality, scientific rigor, and ethics

3.3. Justificar a adequação do objeto e objetivos do ciclo de estudos à modalidade a distância e a percentagem das componentes não presencial e presencial, bem como a sua articulação:

A modalidade EaD é adequada aos objetivos deste CE, na medida em que:

O modelo pedagógico e a interação entre os objetivos de aprendizagem, atividades formativas e avaliativas permitem desenvolver as competências definidas em 3.2. de forma integrada e inovadora.

Os meios tecnológicos de mediação à experiência do estudante permitem que o mesmo cumpra os objetivos de aprendizagem através de ajustamentos entre o meio de interação virtual e a natureza dos objetivos de aprendizagem.

As UC ministradas a distância correspondem a 100% do total de créditos do respetivo CE, uma vez que não prevê exigência de prática clínica, laboratorial ou outro tipo de formação em que a presença física num determinado espaço/momento seja essencial. Permite atrair estudantes nacionais e internacionais, e compatibiliza-se com as necessidades de estudantes fora da idade de referência, recorrendo à flexibilização de horários através de atividades síncronas e assíncronas, tal como requerido no DL 133/2019.

3.3. Justification that the object and the outcomes of the study programme are adequate for distance education.

Justification of the percentage of the presential and non-presential components and their articulation:

The EaD modality is appropriate to the objectives of this CS, in that:

The pedagogical model and the interaction between learning objectives, formative and evaluative activities allow developing the competences defined in 3.2. in an integrated and innovative way.

The technological means of mediation to the student experience allow the student to meet the learning objectives through adjustments between the virtual interaction medium and the nature of the learning objectives.

The Course taught at a distance correspond to 100% of the total credits of the respective CS, since there is no requirement for clinical or laboratory practice or other type of training in which physical presence in a given space/moment is essential. It allows attracting national and international students, and is compatible with the needs of students outside the reference age, using flexible schedules through synchronous and asynchronous activities, as required in DL 133/2019.

3.4. Justificar a escolha da oferta do ciclo de estudos na modalidade do ensino a distância e a sua inserção na estratégia institucional de oferta formativa, face à missão institucional e, designadamente, ao projeto educativo, científico e cultural da instituição:

O presente Ciclo de Estudos insere-se na missão da instituição, que visa: (i) formar cidadãos e profissionais para o mundo, através de um modelo académico diferenciador; (ii) proporcionar uma aprendizagem baseada na investigação científica e norteadas por princípios éticos e de responsabilidade social; e (iii) promover em toda a comunidade académica uma cidadania ativa e impulsionadora do desenvolvimento sustentável, económico e social. A estratégia do consórcio IPAM Lisboa-Porto para o EaD converge com as prioridades do XXI Governo Constitucional em:

1. Consolidar uma estratégia de modernização, qualificação e diversificação do Ensino Superior em geral, e do

consórcio em particular, que estimule e promova efetivamente a formação ao longo da vida.

- 2. Promover um Ensino Superior de elevada qualidade em língua portuguesa em todo o mundo, sobretudo nas regiões de influência da lusofonia.*
- 3. Qualificar estudantes fora da idade de referência, designadamente a qualificação de adultos já integrados no mercado de trabalho.*
- 4. Aproveitar as potencialidades geradas pelas tecnologias de informação e comunicação, favorecendo uma aprendizagem personalizada, com flexibilidade na sua estrutura curricular.*
- 5. Oferecer formação pedagógica conferente de grau de elevada qualidade, assumindo-se como uma alternativa à modalidade presencial, com especificidades científico-pedagógicas próprias que não seja uma mera reprodução do modelo presencial tradicional.*

A estratégia do consórcio IPAM Lisboa-Porto para o EaD tem promovido alterações estruturantes em ambas as instituições, existindo um acompanhamento 100% a distância do estudante na sua aprendizagem ao longo da vida. A definição da prioridade estratégica EaD determinou a contratação de profissionais com experiência e reputação nesta modalidade de ensino, e a criação do Learn@Flex enquanto modelo pedagógico para o EaD. Em 2020 foi criado o Laboratório de Educação Digital (LED), num espaço de cerca de 500 m2, composto por uma equipa multidisciplinar de learning architects, produtores, técnicos de audiovisual, designers gráficos e técnicos de pós-produção, com o objetivo de produzir conteúdos educativos digitais. O consórcio acumula desde 2011 uma experiência relevante no EaD através da sua Licenciatura e Mestrado em Gestão de Marketing, complementada por 6 programas não conferentes de grau oferecidos, num total de 20 edições, foram lecionadas cerca de 600 aulas na modalidade à distância, com produção de cerca de 750 conteúdos de aprendizagem digital pelo Laboratório de Educação Digital, tendo sido formados cerca de 485 estudantes. Ao longo destes anos, nos dois CE conferentes de grau foram formados, adicionalmente, mais 450 estudantes (ver <https://www.ipam.pt/hubfs/IPAM-SITE/regulamentacao/ProjetoAcademicoEaD.pdf>). É a parceria com a Universidade Aberta, uma IES pública com mais de 30 anos de experiência, que garante a formação e qualidade pedagógica do corpo docente do consórcio.

3.4. Justification of the choice of offering the study programme by distance education and the insertion in the institutional educational offer strategy, in light of the mission of the institution, namely its educational, scientific and cultural project:

The present Course is part of the Institution's mission, which aims to:

- (i) train citizens and professionals for the world, through a differentiating academic model;*
- (ii) provide knowledge based on scientific research, guided by ethical principles and social responsibility; and*
- (iii) promote in the entire academic community an active citizenship and driver of sustainable, economic and social development. The strategy of the IPAM Lisbon - Porto consortium for EaD converges with the priorities of the XXI Constitutional Government in:*

1. Consolidate a strategy of modernization, qualification and diversification of Higher Education in general, and of the consortium in particular, that effectively stimulates and promotes lifelong learning.

2. Promote high quality Higher Education in Portuguese language throughout the world, especially in the regions of Lusophone influence.

3. To qualify students outside the reference age, namely the qualification of adults already integrated in the labour market.

4. To take advantage of the potentialities generated by the information and communication technologies, favouring a personalized learning, with flexibility in its curricular structure.

5. To offer pedagogical training of high quality, assuming itself as an alternative to the classroom modality, with its own scientific-pedagogical specificities that is not a mere reproduction of the traditional classroom model.

The strategy of the IPAM Lisbon-Porto consortium for EaD has promoted structural changes in both institutions, with 100% distance monitoring of students in their lifelong learning. The definition of the EaD strategic priority determined the hiring of professionals with experience and reputation in this teaching modality, and the creation of Learn@Flex as a pedagogical model for EaD. In 2020, the Digital Education Laboratory (LED) was created, in a space of about 500 m2, composed of a multidisciplinary team of learning architects, producers, audiovisual technicians, graphic designers and post-production technicians, with the aim of producing digital educational content. Since 2011, the consortium has accumulated relevant experience in EaD through its Degree and Masters in Marketing Management, complemented by 6 executive programmes offered, in a total of 20 editions, about 600 distance learning classes have been taught, with the production of about 750 digital learning contents by the Digital Education Lab, and about 485 students have been trained. Throughout these years, in the two degree-awarding CEs, an additional 450 students were trained (see <https://www.ipam.pt/hubfs/IPAM-SITE/regulamentacao/ProjetoAcademicoEaD.pdf>). It is the partnership with Universidade Aberta, a public HEI with more than 30 years of experience, that guarantees the training and pedagogical quality of the consortium's teaching staff.

4. Desenvolvimento curricular

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)

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) / Branches, variants, specialization areas, specialties or other forms of organization (if applicable)

Ramos, variantes, áreas de especialização, especialidades ou outras formas de organização em que o ciclo de estudos se estrutura:

Inteligência de Marketing	Marketing Intelligence
Negócio Digital	Digital Business
Experiência do Consumidor	Customer Experience

4.2. Estrutura curricular (a repetir para cada um dos percursos alternativos)

Mapa II - Todos

4.2.1. Ramos, variantes, áreas de especialização, especialidades ou outras formas de organização em que o ciclo de estudos se estrutura (a preencher apenas quando aplicável)*:

Todos

4.2.1. Branches, variants, specialization areas, specialties or other forms of organization (if applicable):

All

4.2.2. Áreas científicas e créditos necessários à obtenção do grau / Scientific areas and credits necessary for awarding the degree

Área Científica / Scientific Area	Sigla / Acronym	ECTS Obrigatórios / Mandatory ECTS	ECTS Mínimos optativos** / Minimum Optional ECTS**	Observações / Observations
Marketing e Publicidade	MP	90	12	
Ciências empresariais	CEmp	54	0	
Matemática e Estatística	ME	6	0	
Ciências informáticas	CI	6	0	
Sociologia e outros estudos	SOE	6	0	
Filosofia e ética	FE	6	0	
(6 Items)		168	12	

Mapa II - Minor em Inteligência de Marketing

4.2.1. Ramos, variantes, áreas de especialização, especialidades ou outras formas de organização em que o ciclo de estudos se estrutura (a preencher apenas quando aplicável)*:

Minor em Inteligência de Marketing

4.2.1. Branches, variants, specialization areas, specialties or other forms of organization (if applicable):

Minor in Marketing Intelligence

4.2.2. Áreas científicas e créditos necessários à obtenção do grau / Scientific areas and credits necessary for awarding the degree

Área Científica / Scientific Area	Sigla / Acronym	ECTS Obrigatórios / Mandatory ECTS	ECTS Mínimos optativos** / Minimum Optional ECTS**	Observações / Observations
Marketing e Publicidade	MP	90	12	
Ciências empresariais	CEmp	54	0	
Matemática e Estatística	ME	6	0	
Ciências informáticas	CI	6	0	
Sociologia e outros estudos	SOE	6	0	
Filosofia e ética	FE	6	0	
(6 Items)		168	12	

Mapa II - Minor em Negócio Digital**4.2.1. Ramos, variantes, áreas de especialização, especialidades ou outras formas de organização em que o ciclo de estudos se estrutura (a preencher apenas quando aplicável)*:***Minor em Negócio Digital***4.2.1. Branches, variants, specialization areas, specialties or other forms of organization (if applicable):***Minor in Digital Business***4.2.2. Áreas científicas e créditos necessários à obtenção do grau / Scientific areas and credits necessary for awarding the degree**

Área Científica / Scientific Area	Sigla / Acronym	ECTS Obrigatórios / Mandatory ECTS	ECTS Mínimos optativos** / Minimum Optional ECTS**	Observações / Observations
Marketing e Publicidade	MP	90	12	
Ciências empresariais	CEmp	54	0	
Matemática e Estatística	ME	6	0	
Ciências informáticas	CI	6	0	
Sociologia e outros estudos	SOE	6	0	
Filosofia e ética	FE	6	0	
(6 Items)		168	12	

Mapa II - Minor em Experiência do Consumidor**4.2.1. Ramos, variantes, áreas de especialização, especialidades ou outras formas de organização em que o ciclo de estudos se estrutura (a preencher apenas quando aplicável)*:***Minor em Experiência do Consumidor***4.2.1. Branches, variants, specialization areas, specialties or other forms of organization (if applicable):***Minor in Customer Experience***4.2.2. Áreas científicas e créditos necessários à obtenção do grau / Scientific areas and credits necessary for awarding the degree**

Área Científica / Scientific Area	Sigla / Acronym	ECTS Obrigatórios / Mandatory ECTS	ECTS Mínimos optativos** / Minimum Optional ECTS**	Observações / Observations
Marketing e Publicidade	MP	90	12	
Ciências empresariais	CEmp	54	0	
Matemática e Estatística	ME	6	0	
Ciências informáticas	CI	6	0	
Sociologia e outros estudos	SOE	6	0	
Filosofia e ética	FE	6	0	
(6 Items)		168	12	

4.3 Plano de estudos**4.3.1 Justificar o desenho curricular****4.3.1. Justificar o desenho curricular:**

O presente CE foi orientado por competências, tal como previsto pelo Quadro Europeu de Qualificações, procurando-se planejar, operacionalizar e avaliar objetivos de aprendizagem em três diferentes domínios: conhecimentos (C), aptidões (AP) e atitudes (AT). Suportado numa análise de benchmark nacional e internacional, apresentada no ponto 11, definiram-se objetivos específicos do CE e um conjunto de UCs que, de acordo com o enfoque de cada um em termos de tempo de trabalho, apresenta o seguinte posicionamento:

- * 20% identificar os conceitos, práticas e técnicas de gestão de marketing (C1).
- * 10% aplicar os aspetos da gestão de organizações no marketing (C2).
- * 5% para interpretar contexto económico e financeiro e aplicá-lo aos negócios
- * 15% Demonstrar habilidades analíticas para melhor tomada de decisão (AP1);
- * 15% Identificar métodos e técnicas de marketing para utilização estratégica (AP2);
- * 5% Construir um papel proactivo de gestão e liderança de equipas (AP3);
- * 20% Decidir uma estratégia para impulsionar o crescimento da empresa (AT1)

* 10% Desenvolver valor organizacional com qualidade, rigor científico e ética (AT2).

Construiu-se a estrutura curricular do CE em UCs estruturantes de 6 ECTS, com 8.5 horas de contato por ECTS, e uma UC de Trabalho Final de Curso de 18 ECTS. Por exemplo, nas UCs de 6 ECTS, ao longo das 14 semanas letivas do semestre, o estudante tem por semana 1.5 horas de contato síncrono e 2 horas de contato assíncrono. Este balanço permite criar sinergias entre a flexibilidade do presente modelo pedagógico e o tempo necessário ao desenvolvimento das aprendizagens.

Tipologias das UCs:

* Conceptual, com predominância de aulas teóricas e metodologias expositivas assentes na dimensão dos conhecimentos nos primeiros semestres do CE.

* Aplicativa, com predominância de aulas teórico-práticas e metodologias ativas assente na dimensão da aplicação do conhecimento ao longo do CE.

* Laboratorial, com práticas laboratoriais com recurso a softwares de aprendizagem específicos alocadas a meio do CE.

* Profissional, com predominância de resolução de problemas das empresas ou contato com a entidade de estágio alocadas no final do CE.

De forma a valorizar percursos de aprendizagem personalizados (como previsto no DL n° 133/2019), delineamos uma estratégia de minors. Em detrimento de UCs avulsas, os estudantes escolhem percursos formativos de 30 ECTS que lhes conferem uma especialidade dentro da Licenciatura em Gestão de Marketing, sendo estas:

(i) Inteligência de Marketing, (ii) Negócio Digital ou (iii) Experiência do Consumidor. Cada minor é materializado no semestre 6 através de UCs aplicativas (12 ECTS) e o Trabalho Final de Curso (18 ECTS), que deve ser feito na temática do respetivo minor, cuja dinâmica pedagógica deve ser conduzida em sinergia.

4.3.1. Justify the curricular design:

This Bachelor's degree (BD) was competence-oriented, as foreseen by the European Qualifications Framework, seeking to plan, operationalise and assess learning objectives in three different domains: knowledge (K), skills (S) and attitudes (A). Supported by a national and international benchmark analysis, presented in point 11, specific objectives of the BD and a set of were defined:

* 20% identify the concepts, practices, and techniques of marketing management (K1).

* 10% apply organizational management aspects in marketing (K2).

* 5% to interpret economic and financial context and apply it to business

* 15% Demonstrate analytical skills for better decision making (AP1);

* 15% Identify marketing methods and techniques for strategic use (AP2);

* 5% Build a proactive role in managing and leading teams (AP3);

* 20% Decide on a strategy to drive company growth (AT1)

* 10% Develop organizational value with quality, scientific rigor, and ethics (AT2).

The curricular structure of the SC was built in structuring CUs of 6 ECTS, with 8.5 contact hours per ECTS, and a Final Coursework Course of 18 ECTS. For example, in the 6 ECTS units, over the 14 teaching weeks of the semester, the student has 1.5 hours of synchronous contact and 2 hours of asynchronous contact per week. This balance allows synergies between the flexibility of the present pedagogical model and the time required for learning development.

*Typologies of Courses: * Conceptual, with a predominance of theoretical classes and expository methodologies based on the dimension of knowledge in the first semesters of the SC. * Applicative, with a predominance of theoretical-practical lessons and active methodologies based on the dimension of the application of knowledge throughout the course. * Laboratory, with laboratory practices using specific learning software allocated in the middle of the course. * Professional, with predominance of problem solving in companies or contact with the internship entity allocated at the end of the course. In order to value personalized learning paths (as provided for in DL n° 133/2019), we have outlined a minors strategy. Instead of single courses, students choose 30 ECTS training paths that give them a specialty within the Degree in Marketing Management these being: (i) Marketing Intelligence, (ii) Digital Business, or (iii) Consumer Experience. Each minor is materialized in semester 6 through application courses (12 ECTS) and the Final Coursework (18 ECTS), which must be done on the theme of the respective minor, whose pedagogical dynamics must be conducted in synergy.*

4.3.2. Plano de estudos

Mapa III - 1º Semestre - 1º Semestre

4.3.2.1. Ramos, variantes, áreas de especialização, especialidades ou outras formas de organização em que o ciclo de estudos se estrutura (a preencher apenas quando aplicável)*:

1º Semestre

4.3.2.1. Branches, variants, specialization areas, specialties or other forms of organization (if applicable):

1º Semestre

4.3.2.2. Ano/semestre/trimestre curricular:

1º Semestre

4.3.2.3 Plano de Estudos / Study plan

Unidade Curricular / Curricular Unit	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS Opcional	Observações / Observations (5)
Marketing Estratégico	MP	Semestral	150	T-34; TP-17;	6	
Fundamentos de Gestão	CEmp	Semestral	150	T-34; TP-17;	6	
Economia da Empresa	CEmp	Semestral	150	T-34; TP-17;	6	
Dinâmica e Animação de Grupos	CEmp	Semestral	150	T-28; TP-23;	6	
Metodologia de Investigação	MP	Semestral	150	T-28; TP-23;	6	

(5 Items)

Mapa III - 2º Semestre - 2º Semestre

4.3.2.1.Ramos, variantes, áreas de especialização, especialidades ou outras formas de organização em que o ciclo de estudos se estrutura (a preencher apenas quando aplicável)*:

2º Semestre

4.3.2.1.Branches, variants, specialization areas, specialties or other forms of organization (if applicable):

2º Semestre

4.3.2.2.Ano/semestre/trimestre curricular:

2º Semestre

4.3.2.3 Plano de Estudos / Study plan

Unidade Curricular / Curricular Unit	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS Opcional	Observações / Observations (5)
Marketing Operacional	MP	Semestral	150	T-28; TP-23;	6	
Gestão de Produto e Serviços	MP	Semestral	150	T-28; TP-23;	6	
Gestão de Pessoas	CEmp	Semestral	150	T-28; TP-23;	6	
Comportamento do Consumidor	MP	Semestral	150	T-28; TP-23;	6	
Sociedades Modernas e Cultura Contemporânea	SOE	Semestral	150	T-34; TP-17;	6	

(5 Items)

Mapa III - 3º Semestre - 3º Semestre

4.3.2.1.Ramos, variantes, áreas de especialização, especialidades ou outras formas de organização em que o ciclo de estudos se estrutura (a preencher apenas quando aplicável)*:

3º Semestre

4.3.2.1.Branches, variants, specialization areas, specialties or other forms of organization (if applicable):

3º Semestre

4.3.2.2.Ano/semestre/trimestre curricular:

3º Semestre

4.3.2.3 Plano de Estudos / Study plan

Unidade Curricular / Curricular Unit	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS Opcional	Observações / Observations (5)
Gestão da Comunicação e Publicidade	MP	Semestral	150	T-28; TP-23;	6	
Ética e Responsabilidade Social	FE	Semestral	150	T-34; TP-17;	6	
Economia e Negócios Internacionais	CEmp	Semestral	150	T-34; TP-17;	6	
Contabilidade de Gestão	CEmp	Semestral	150	T-28; TP-23;	6	

Fundamentos da Programação (5 Items)	CI	Semestral	150	T-14; TP-20; PL-17; 6
---	----	-----------	-----	-----------------------

Mapa III - 4º Semestre - 4º Semestre

4.3.2.1.Ramos, variantes, áreas de especialização, especialidades ou outras formas de organização em que o ciclo de estudos se estrutura (a preencher apenas quando aplicável)*:

4º Semestre

4.3.2.1.Branches, variants, specialization areas, specialties or other forms of organization (if applicable):

4º Semestre

4.3.2.2.Ano/semestre/trimestre curricular:

4º Semestre

4.3.2.3 Plano de Estudos / Study plan

Unidade Curricular / Curricular Unit	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS Opcional	Observações / Observations (5)
Comportamento Organizacional	CEmp	Semestral	150	T-34; TP-17;	6	
Gestão de Preços	MP	Semestral	150	T-28; TP-23;	6	
Gestão de Canais e Omnicanalidade	MP	Semestral	150	T-28; TP-23;	6	
Gestão Financeira	CEmp	Semestral	150	T-28; TP-23;	6	
Estatística	ME	Semestral	150	T-14; TP-20; PL-17; 6		

(5 Items)

Mapa III - 5º Semestre - 5º Semestre

4.3.2.1.Ramos, variantes, áreas de especialização, especialidades ou outras formas de organização em que o ciclo de estudos se estrutura (a preencher apenas quando aplicável)*:

5º Semestre

4.3.2.1.Branches, variants, specialization areas, specialties or other forms of organization (if applicable):

5º Semestre

4.3.2.2.Ano/semestre/trimestre curricular:

5º Semestre

4.3.2.3 Plano de Estudos / Study plan

Unidade Curricular / Curricular Unit	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS Opcional	Observações / Observations (5)
Marketing Analytics	MP	Semestral	150	T-14; TP-20; PL-17;	6	
Plano de Marketing	MP	Semestral	150	T-28; TP-23;	6	
Gestão de Vendas	MP	Semestral	150	T-28; TP-23;	6	
Estudos de Mercado	MP	Semestral	150	T-28; TP-23;	6	
Empreendedorismo Digital	CEmp	Semestral	150	T-28; TP-23;	6	

(5 Items)

Mapa III - 6º Semestre - 6º Semestre

4.3.2.1.Ramos, variantes, áreas de especialização, especialidades ou outras formas de organização em que o ciclo de estudos se estrutura (a preencher apenas quando aplicável)*:

6º Semestre

4.3.2.1.Branches, variants, specialization areas, specialties or other forms of organization (if applicable):*6º Semestre***4.3.2.2.Ano/semestre/trimestre curricular:***6º Semestre***4.3.2.3 Plano de Estudos / Study plan**

Unidade Curricular / Curricular Unit	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Opcional	Observações / Observations (5)
Optativa I	n.e.	Semestral	150	T-28; TP-23;	6	1	Específica do minor escolhido
Optativa II	n.e.	Semestral	150	T-28; TP-23;	6	1	Específica do minor escolhido
Trabalho Final de Curso	MP	Semestral	450	OT-30;	18		

(3 Items)

Mapa III - Minor em Inteligência de Marketing - 6º Semestre**4.3.2.1.Ramos, variantes, áreas de especialização, especialidades ou outras formas de organização em que o ciclo de estudos se estrutura (a preencher apenas quando aplicável)*:***Minor em Inteligência de Marketing***4.3.2.1.Branches, variants, specialization areas, specialties or other forms of organization (if applicable):***Minor in Marketing Intelligence***4.3.2.2.Ano/semestre/trimestre curricular:***6º Semestre***4.3.2.3 Plano de Estudos / Study plan**

Unidade Curricular / Curricular Unit	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Opcional	Observações / Observations (5)
Transformação Digital	MP	Semestral	150	T-28; TP-23;	6	1	Optativa I
Big Data e Inteligência de Marketing	MP	Semestral	150	T-28; TP-23;	6	1	Optativa II

(2 Items)

Mapa III - Minor em Negócio Digital - 6º Semestre**4.3.2.1.Ramos, variantes, áreas de especialização, especialidades ou outras formas de organização em que o ciclo de estudos se estrutura (a preencher apenas quando aplicável)*:***Minor em Negócio Digital***4.3.2.1.Branches, variants, specialization areas, specialties or other forms of organization (if applicable):***Minor in Digital Business***4.3.2.2.Ano/semestre/trimestre curricular:***6º Semestre***4.3.2.3 Plano de Estudos / Study plan**

Unidade Curricular / Curricular Unit	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Opcional	Observações / Observations (5)
Marketing de Conteúdo	MP	Semestral	150	T-28; TP-23;	6	1	Optativa I
Marketing Digital	MP	Semestral	150	T-28; TP-23;	6	1	Optativa II

(2 Items)

Mapa III - Minor em Experiência do Consumidor - 6º Semestre**4.3.2.1.Ramos, variantes, áreas de especialização, especialidades ou outras formas de organização em que o ciclo de estudos se estrutura (a preencher apenas quando aplicável)*:***Minor em Experiência do Consumidor***4.3.2.1.Branches, variants, specialization areas, specialties or other forms of organization (if applicable):***Minor in Customer Experience***4.3.2.2.Ano/semestre/trimestre curricular:***6º Semestre***4.3.2.3 Plano de Estudos / Study plan**

Unidade Curricular / Curricular Unit	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Opcional	Observações / Observations (5)
Neuromarketing	MP	Semestral	150	T-28; TP-23;	6	1	Optativa I
Marketing de Serviços (2 Items)	MP	Semestral	150	T-28; TP-23;	6	1	Optativa II

4.4. Unidades Curriculares**Mapa IV - Marketing Estratégico****4.4.1.1.Designação da unidade curricular:***Marketing Estratégico***4.4.1.1.Title of curricular unit:***Strategical Marketing***4.4.1.2.Sigla da área científica em que se insere:***MP***4.4.1.3.Duração(1):***Semestral***4.4.1.4.Horas de trabalho(2):***150***4.4.1.5.1Horas de contacto assíncrono a distância(3):***T-28;***4.4.1.5.2Horas de contacto síncrono a distância(3):***T-6; TP-17;***4.4.1.5.3Horas de contacto presencial(3):***<sem resposta>***4.4.1.6.ECTS:***6***4.4.1.7.Observações(4):**

Esta UC irá incidir sobre as possibilidades e a utilização do marketing estratégico. Concretamente, cerca de 20% do tempo de trabalho será dedicado a identificar os conceitos, práticas e técnicas de gestão de marketing (C1). 10% será dedicado a aplicar os aspetos da gestão de organizações no marketing. Os objetivos AP1 (demonstrar habilidades analíticas para melhor tomada de decisão) e AP2 (identificar métodos e técnicas de marketing para utilização estratégica) terão participação de 20% cada um. Finalmente, 30% do tempo de trabalho da UC será dedicado a decidir uma estratégia para impulsionar o crescimento da empresa

Esta unidade curricular, conceptual em tipologia, pretende adoptar uma aproximação à gestão de marketing com uma orientação prática. Pretende por isso disponibilizar ao universo académico um modo abrangente, prático e tanto quanto possível inovador, na introdução ao processo de gestão de marketing.

4.4.1.7.Observations:

This CU will focus on the possibilities and use of strategic marketing. Specifically, around 20% of the working time will be dedicated to identifying the concepts, practices, and techniques of marketing management (C1). 10% will be dedicated to applying aspects of managing organizations in marketing. Objectives AP1 (demonstrate analytical skills for better decision making) and AP2 (identify marketing methods and techniques for strategic use) will have a 20% share each. Finally, 30% of CU's working time will be devoted to deciding a strategy to drive the company's growth. This curricular unit, conceptual in typology, aims to adopt a practical approach to marketing management. Therefore, it intends to provide the academic world with a comprehensive, practical, and, as much as possible, innovative way of introducing the marketing management process.

4.4.2.Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):

Francisco Manuel Coelho da Silva; 23h

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

<sem resposta>

4.4.4.Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o ensino a distância (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

C1. Articular o conceito de marketing;

AP1. Descrever o âmbito e as aplicações do conceito de marketing;

AT1. Identificar as implicações da adoção do conceito de marketing nas organizações, no mercado, nos consumidores e na sociedade;

AT2. Aplicar os elementos fundamentais do processo de diagnóstico estratégico em marketing.

4.4.4.Intended learning outcomes and respective compatibility with distance learning (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

C1. To articulate the marketing concept;

AP1. To describe the scope and applications of the marketing concept;

AT1. To identify the implications of adopting the marketing concept in organizations, in the market, in consumers and in society;

AT2. To apply the fundamental elements of the strategic diagnosis process in marketing.

4.4.5.Conteúdos programáticos:

1. O marketing

1.1 Funções do marketing

1.2 O conceito do marketing

1.3 A orientação para o mercado

1.4 Noção de valor

1.5 A evolução do marketing

2. Análise dos ambientes externo e interno de marketing

2.1 Análise do mercado.

2.2 O Mercado e o Consumidor

2.3 Análise do ambiente externo de marketing (macro-ambiente).

2.4 Análise do ambiente interno.

2.5 Análise de Recursos e Capacidades em Marketing

3. Análise da concorrência

3.1 Identificação dos concorrentes

3.2 Análise dos concorrentes

4. Estratégias competitivas de Marketing

4.1 Orientação Cliente Vs Concorrente

4.2 Vantagem competitiva

4.3 Produto / Mercado

4.4 Diferenciação, Segmentação e Liderança pelos custos

4.5 Estratégia de Branding

4.4.5.Syllabus:

1. Marketing

1.1 Marketing Functions

1.2 the marketing concept

1.3 Market orientation

1.4 notion of value

1.5 The evolution of marketing

2. Analysis of external and internal marketing environments

2.1 Market analysis.

2.2 The Market and the Consumer**2.3 Analysis of the external marketing environment (macro-environment).****2.4 Analysis of the internal environment.****2.5 Marketing Resources and Capabilities Analysis****3. Competitive Analysis****3.1 Identification of competitors****3.2 Competitor Analysis****4. Competitive Marketing Strategies****4.1 Customer Vs Competitor Orientation****4.2 Competitive advantage****4.3 Product / Market****4.4 Differentiation, Segmentation and Cost Leadership****4.5 Branding Strategy****4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:**

Os objetivos de Conhecimento C1. (Articular o conceito de marketing) será trabalhado ao longo de todo o conteúdo desta UC, considerando que um estrategista de marketing deverá articular bem os conceitos, e desenvolver um espírito sagaz e curioso para desenhar uma estratégia eficaz.

O objetivo de Aprendizagem AP1. (Descrever o âmbito e as aplicações do conceito de marketing) será especificamente desenvolvidos nos capítulos 2 e 3 – considerando que em ambos os capítulos se aplicará o conceito de marketing.

O objetivo de Aprendizagem AP1 e AT2 (Identificar as implicações da adoção do conceito de marketing nas organizações, no mercado, nos consumidores e na sociedade) e (Aplicar os elementos fundamentais do processo de diagnóstico estratégico em marketing) serão desenvolvidos ao longo do capítulo 4.

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The Learning Objective C1. (Articulate the concept of marketing) will be worked throughout the content of this UC, considering that a marketing strategist should articulate the concepts well, and develop a shrewd and curious spirit to design an effective strategy.

The Learning Objective AP1. (to describe the scope and applications of the marketing concept) will be specifically developed in chapters 2 and 3 – considering that in both chapters the marketing concept will be applied.

The Learning Objectives AP2 and AT1 (to identify the implications of adopting the concept of marketing in organizations, the market, consumers and society) and (to apply the fundamental elements of the strategic diagnosis process in marketing) will be developed throughout chapter 4 .

4.4.7. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico (com indicação do número de estudantes por turma/grupo para as tipologias de horas de contacto relevantes, e com referência aos meios materiais e tecnológicos utilizados em cada tipologia):

O aumento da interatividade do estudante com o docente e os demais estudantes será promovida inicialmente através das e-atividades da fase I a IV do modelo pedagógico, sendo reduzida ligeiramente na fase V através da utilização de Relatórios e Testes de avaliação.

A fase I é caracterizada pela oportunidade de aprender segundo as aulas teórico-práticas síncronas que se realizarão com recurso a aula digital e sessões síncronas lecionadas e gravada pelo professor no LMS, com aplicação da teoria a uma realidade concreta, explicitação de conteúdos por parte do docente / planeamento e explicação de um trabalho individual/de grupo orientada pelo professor, de modo que o estudante aprenda fazendo. Fórum de Discussão: moderado pelo tutor ou pelo docente da UC, no sentido de estimular questões relativas ora ao conteúdo lecionado, ora às atividades PBL sugeridas na UC.

A fase II do modelo pretende estimular o envio e receção de mensagens entre estudantes de forma que se conheçam melhor. Nesta altura o docente deve focar-se em lançar pontes entre os diferentes pontos de contacto social entre os alunos, ao desenvolver fóruns de debate por forma a criar discussão entre os participantes e desta forma aumentar a interação entre os mesmos. Especificamente esta fase irá contar com as seguintes e-atividades: Sessões virtuais assíncronas, previamente gravadas, para realizar demonstrações teóricas, apresentar experiências, apresentar a resolução de exercícios, motivar os alunos.

Na fase III espera-se que os alunos desenvolvam comunicação entre si, criem feedback sobre as várias atividades apresentadas e desafios lançados e desenvolvam um espírito de interajuda. O tipo de e-atividades a desenvolver na fase III são: Vídeo-lição, Artigo/Obra científica, Repositório de referências.

Na fase IV e perante a expectativa de os alunos desenvolverem um trabalho autónomo, espera-se que os mesmos realizem: Problem-based Learning: Estudo de caso: Relatórios/Papers: atividade em que se analisa um problema a partir de diferentes perspetivas, incorporando um juízo crítico por parte do estudante sobre os conteúdos da UC.

Na fase V terá a perspetiva da avaliação.

4.4.7. Specific teaching methodologies of the curricular unit and their link with the pedagogical model (point out the number of students per class/group to the types of relevant contact hours, with reference to the material and technological facilities used in each typology):

The increase in student interactivity with the teacher and other students will be initially promoted through the e-activities of phase I to IV of the pedagogical model, being slightly reduced in phase V through the use of Assessment

Reports and Tests.

Phase I is characterized by the opportunity to learn according to synchronous theoretical-practical classes that will be held using digital classes and synchronous sessions taught and recorded by the teacher in the LMS, with application of theory to a concrete reality, content explanation by the teacher / planning and explanation of an individual/group work guided by the teacher, so that the student learns by doing. Discussion Forum: moderated by the tutor or by the UC professor, in order to stimulate questions related to the content taught, and to the PBL activities suggested at the UC.

Phase II of the model is intended to encourage the sending and receiving of messages among students so that they can get to know each other better. At this point, the teacher should focus on building bridges between the different points of social contact between students, by developing discussion forums in order to create discussion between participants and thus increase interaction between them. Specifically, this phase will feature the following e-activities: Problem-based Learning: teams will be given the mission to find and define a social problem, in the context of Marketing, in order to generate discussions, facilitating learning based on mistakes made by companies and reach a solution optimized by the critical spirit; Asynchronous virtual sessions, previously recorded, to carry out theoretical demonstrations, present experiments, present the resolution of exercises, motivate students.

In phase III it is expected that students develop communication with each other, create feedback on the various activities presented and challenges launched and develop a spirit of mutual help. The types of e-activities to be developed in phase III are: Video-lesson, Article/Scientific work, Reference repository.

In phase IV, given the expectation that students develop autonomous work, they are expected to carry out: Problem-based Learning: Case study: Reports/Papers: activity in which a problem is analyzed from different perspectives, incorporating a critical judgment by the student on the contents of the UC.

In phase V and from the perspective of the assessment.

4.4.8.Avaliação:

O processo de avaliação contempla os seguintes regimes: (i) avaliação contínua ou (ii) avaliação final. Em qualquer destes regimes, o estudante obterá aproveitamento se tiver classificação final igual ou superior a 10 valores. O modelo de avaliação contínua é aquele que decorre ao longo do período de aulas e reflete uma permanente interação entre docente e estudante, convergente com o modelo pedagógico do IPAM para o EaD, pois assume que os métodos de avaliação devem ser valorizados ao longo do processo de ensino e aprendizagem.

No regime de avaliação contínua será valorizada a avaliação formativa que permitirá acompanhar e, se necessário, ajustar o percurso do estudante, e a avaliação sumativa que permitirá avaliar a aquisição dos objetivos da UC.

Assume-se uma assiduidade mínima de 70% nas aulas síncronas, bem como uma interação mínima de 70% com as atividades assíncronas. Este cumprimento será verificado diretamente através das ferramentas analytics do LMS.

A avaliação contínua pressupõe três elementos:

i) Participação, medida em função da sua participação regular e em tempo útil nas atividades propostas no período de aulas, assim como do cumprimento das datas estabelecidas para a realização das atividades. O estudante deverá ter uma classificação mínima de 8 valores, contabilizando 20% da nota final.

ii) Avaliação sumativa intermédia, composta por atividades propostas pelo docente ao longo do período de aulas.

Nestas, o estudante deverá ter uma classificação mínima de 8 valores, contabilizando 40% da nota final. Este elemento será composto por:

ii.a) Problem-based Learning: as equipas receberão a missão de encontrar e definir um problema social, no contexto do Marketing, com base nos erros cometidos pelas empresas e chegar a uma solução otimizada pelo espírito crítico.

iii) Avaliação sumativa final, composta por atividades propostas pelo docente no decorrer da época de avaliação (após o período de aulas). De forma a garantir a fiabilidade e autoria das respostas será utilizado o LockDown Browser.

Nestas, o estudante deverá ter uma classificação mínima média de 8 valores, contabilizando 40% da nota final. Este elemento será composto por:

iii.a) uma prova escrita e/ou teórica

iii.b) Relatório individual/em grupo, onde os estudantes aplicam os conhecimentos apreendidos no âmbito da UC, no contexto de uma situação/problema vivenciado por uma empresa real.

Por último, o regime de avaliação final ocorre exclusivamente após o período de aulas e incidirá sobre todos os conteúdos lecionados na UC. De forma a garantir a fiabilidade e autoria das respostas será utilizado o LockDown Browser. Serão admitidos à avaliação final os estudantes que optem por esta opção, bem como aqueles que não tenham obtido aprovação no regime de avaliação contínua. Nestas, o estudante deverá ter uma classificação mínima de 10 valores. Este elemento será composto por:

a) uma prova escrita e/ou teórica.

4.4.8.Assessment:

The evaluation process includes the following regimes: (i) continuous evaluation or (ii) final evaluation. In any of these schemes, the student will be successful if they have a final grade equal to or greater than 10 points. The continuous assessment model is the one that takes place throughout the class period and reflects a permanent interaction between teacher and student, convergent with the pedagogical model of the IPAM's for distance education, as it assumes that assessment methods should be valued throughout the teaching and learning process.

In the ongoing assessment system, formative assessment that will allow monitoring and, if necessary, adjusting the student's path, and the summative assessment that will allow evaluating the acquisition of the CU objectives will be valued. A minimum attendance of 70% in synchronous classes is assumed, as well as a minimum interaction of 70% in asynchronous activities. This compliance will be verified directly through the LMS analytics tools.

Continuous assessment presupposes three elements:

i) Participation, measured in terms of regular and timely participation in the activities proposed during the class period, as well as compliance with the dates established for carrying out the activities. The student must have a minimum classification of 8 values, accounting for 20% of the final grade.

ii) Intermediate summative assessment, consisting of activities proposed by the teacher throughout the class period. In these, the student must have a minimum classification of 8 values, accounting for 40% of the final grade. This element will consist of:

ii. a) Problem-based Learning: teams will be tasked with finding and defining a social problem, in the context of Marketing, based on the mistakes made by companies and reaching an optimized solution based on critical thinking.

iii) Final summative assessment, consisting of activities proposed by the teacher during the assessment period (after the class period). To guarantee reliability and authoritative answers, the LockDownBrowser will be used. In these, the student must have a minimum average classification of 8 values, accounting for 40% of the final grade. This element will consist of:

iii. a) a written and/or theoretical test

iii. b) Individual/group report, where students apply the knowledge learned within the UC, in the context of a situation/problem experienced by a real company.

Finally, the final evaluation regime occurs exclusively after the class period and will focus on all content taught in the CU. To guarantee reliability and authoritative answers, the LockDownBrowser will be used. Students who opt for this option will be admitted to the final assessment, as well as those who have not passed the continuous assessment scheme. In these, the student must have a minimum classification of 10 values. This element will consist of:

a) a written and/or theoretical test;

4.4.9. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

Os objetivos C1. e AP1. serão atingidos através de uma metodologia de ensino expositiva em que o estudante tem um papel maioritariamente passivo. É um método indispensável no processo de ensino-aprendizagem, mas será complementado com outras atividades formativas síncronas de aula virtual e sessões de tutorias e as assíncronas de vídeo-lição, podcast e leitura de artigo/obra científica/case study.

Os objetivos AP2 e AP3 serão ministrados através da utilização do método activo, onde serão desenvolvidas actividades virtuais. Nomeadamente a aplicação de quizzes, discussão de estudos de casos hoteleiros. Sobretudo aqueles em que a aplicação das novas tecnologias teve menor sucesso. Descobrir as razões do insucesso ajudará na implementação das boas práticas futuras.

Para a consecução do objetivo AT1. (Aplicar os elementos fundamentais do processo de diagnóstico estratégico em marketing) será desenvolvido o método interrogativo que conta com perguntas e debate promovidos pelo docente.

4.4.9. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

Objectives C1. And AP1. will be achieved through an expository teaching methodology in which the student has a mostly passive role. It is an indispensable method in the teaching-learning process, but it will be complemented with other synchronous formative activities of virtual class and tutorial sessions, and asynchronous video-lesson, podcast and reading of article/scientific work/case study.

The objective AP2 and AP3 will be taught through the use of the active method, where virtual activities will be developed. In particular the application of quizzes, discussion of hotel case studies. Especially those in which the application of new technologies was less successful. Finding out the reasons for failure will help in implementing future best practices.

To achieve the AT1 objective. (Applying the fundamental elements of the strategic diagnosis process in marketing) the interrogative method will be developed, which includes questions and debate promoted by the teacher.

4.4.10. Bibliografia de consulta/existência obrigatória e outros recursos de aprendizagem específicos para EaD:

Baynast, A, Dionisio, P., Levy J., Rodrigues, V., & Lendrevie, J. (2018). Mercator da língua portuguesa: O marketing na era digital. Lisboa: Publicações D. Quixote.

Hollensen, S. (2012). Marketing management: a relationship approach. Harlow: Financial Times/Prentice Hall.

Kotler, P., & Setiawan, I., & Kartajaya, H.. (2011). Marketing 3.0: Do produto e do consumidor até ao espírito humano. Lisboa, Actual Editora.

Kotler, P., & Keller, K. (2012). Marketing management. Saddle River: PrenticeHall.

Kotler, P., & Keller, K. (2013). Administração de marketing. São Paulo: Prentice-Hall.

Kotler, P., & Kartajaya, H. (2017). Marketing 4.0. Lisboa: Actual Editora.

Kotler, P. & Armstrong, G. (2017). Principles of marketing. Englewood Cliffs: Pearson.

Kotler, P. (2021). Marketing para o século XXI. São Paulo: Alta Books.

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I (2021). Marketing 5.0: technology for humanity. Wiley.

Mapa IV - Fundamentos de Gestão

4.4.1.1. Designação da unidade curricular:

Fundamentos de Gestão

4.4.1.1. Title of curricular unit:

Management Fundamentals

4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:

CEmp

4.4.1.3. Duração(1):

Semestral

4.4.1.4. Horas de trabalho(2):

150

4.4.1.5.1 Horas de contacto assíncrono a distância(3):

T-28;

4.4.1.5.2 Horas de contacto síncrono a distância(3):

T-6; TP-17;

4.4.1.5.3 Horas de contacto presencial(3):

<sem resposta>

4.4.1.6. ECTS:

6

4.4.1.7. Observações(4):

Esta UC dedica 70% das horas de trabalho a aplicar os aspetos da gestão de organizações no marketing (C2), 10% a construir um papel proactivo de gestão e liderança de equipas (AP3) e 20% a decidir uma estratégia para impulsionar o crescimento da empresa (AT1).

Assim, esta UC é do tipo conceptual, na qual os alunos adquirem capacidades para compreender os problemas da gestão empresarial numa perspetiva sistémica. Adquirem igualmente conhecimentos gerais sobre a forma como abordar os principais problemas organizacionais nas suas múltiplas perspetivas, além de compreender o papel do gestor; a gestão das organizações e o meio em que desenvolvem a sua atividade; os conceitos e ferramentas elementares de gestão, nomeadamente recursos humanos, produção, qualidade, marketing, contabilidade, plano de negócios (PODC); a sua implementação e a avaliação de projetos de investimento; bem como modelos organizacionais e o processo de decisão.

4.4.1.7. Observations:

This CU dedicates 70% of its working hours to applying the aspects of managing organizations in marketing (C2) 10% to building a proactive role in managing and leading teams (AP3), and 20% to deciding a strategy to drive the company's growth (AT1).

Thus, this CU is of the conceptual type, in which students acquire skills to understand the problems of business management from a systemic perspective. They also acquire general knowledge on how to approach the main organizational problem from their multiple perspectives, in addition to understanding the role of the manager; the management of organizations and the environment in which they carry out their activity; elementary management concepts and tools, namely human resources, production, quality, marketing, accounting, business plan (PODC); its implementation and evaluation of investment projects; as well as organizational models and the decision process.

4.4.2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):

Rui Manuel Ribeiro Monteiro; 23h

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

<sem resposta>

4.4.4. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o ensino a distância (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

C1. Contextualizar o domínio da gestão e suas respetivas componentes, com ênfase na evolução das teorias da gestão AP1. Adquirir capacidades para contextualizar os principais problemas da estratégia e do planeamento, saber quais as dimensões que devem ser consideradas na análise das situações

AP2. Manusear ferramentas para o exercício da gestão, nomeadamente no domínio da organização, liderança e controlo.

AP3. Compreender e aplicar os principais conceitos que determinam a linguagem inerente à gestão das organizações.

AT1. Adquirir competências no âmbito da compreensão e estruturação dos problemas da gestão empresarial numa perspetiva sistémica, com aplicação a casos reais.

4.4.4. Intended learning outcomes and respective compatibility with distance learning (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

C1. Contextualizar o domínio da gestão e suas respetivas componentes, com ênfase na evolução das teorias da gestão
AP1. Adquirir capacidades para contextualizar os principais problemas da estratégia e do planeamento, saber quais as dimensões que devem ser consideradas na análise das situações

AP2. Manusear ferramentas para o exercício da gestão, nomeadamente no domínio da organização, liderança e controlo.

AP3. Compreender e aplicar os principais conceitos que determinam a linguagem inerente à gestão das organizações.

AT1. Adquirir competências no âmbito da compreensão e estruturação dos problemas da gestão empresarial numa perspetiva sistémica, com aplicação a casos reais.

4.4.5. Conteúdos programáticos:

1. Conceitos Preliminares. A Organização. A Gestão como um Processo. As Funções do Gestor

2. As Correntes da Gestão

3. Organização como um Sistema Aberto perspetivas

4. O Contexto da Gestão

Meio Envolvente

Análise PEST

Análise Industrial

Ética e Responsabilidade Social

5. O Processo de Tomada de Decisão

Noção de Valor

Níveis de Gestão

O Processo de Tomada de Decisão

6. A Intenção Estratégica, o Planeamento e a Estratégia

Missão, Visão e Valores

Planeamento: Elementos, Estrutura e Objetivos

Sistemas de Planeamento: Nivel Corporativo e Competitivo

Estratégias de Crescimento - Matriz Ansoff

Estratégias Competitivas - Modelo de Porter

7. O Processo de Organização: estrutura e dinâmica organizacional

Componentes e Subsistemas Estruturais

Subsistemas de Conceção

Estruturas Organizacionais

8. O Processo de Controlo e Mudança Organizacional

Processo e Implementação e Controlo da Mudança Estratégica (BSC)

9. Liderança

Natureza da Liderança

Modelos Contingenciais

4.4.5. Syllabus:

1. Preliminary Concepts. The Organization. Management as a Process. The Manager's Roles

2. The Currents of Management

3. Organization as an Open System perspectives

4. The Management Context

Surrounding environment

PEST Analysis

Industrial analysis

Ethics and Social Responsibility

5. The Decision-Making Process

Notion of Value

Management Levels

The Decision Making Process

6. Strategic Intent, Planning, and Strategy

Mission, vision, and values

Planning: Elements, Structure, and Objectives

Planning Systems: Corporate and Competitive Level

Growth Strategies - Ansoff Matrix

Competitive Strategies - Porter's Model

7. The Organization Process: organizational structure and dynamics
Structural Components and Subsystems
Design Subsystems
Organizational Structures

8. The Organizational Control and Change Process
Process and Implementation and Control of Strategic Change (BSC)

9. Leadership
Nature of Leadership
Contingency Models

4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

O objetivo C1 (Contextualizar o domínio da gestão e suas respetivas componentes, com ênfase na evolução das teorias da gestão) será trabalhado nos pontos 1,2 e 3 do conteúdo programático relativo à introdução dos conceitos bases da UC, correntes de pensamentos e o estudo da Organização como um Sistema Aberto.

O objetivo AP1 será transversal aos pontos 4 e 5 do conteúdo programático com respetivos sub-tópicos, onde serão abordados o contexto da gestão e o processo de tomada de decisão.

O objetivo AP2 (manusear ferramentas para o exercício da gestão), será trabalhado ao longo de todos os tópicos, com especial ênfase no capítulo 9 que se refere a questões relacionadas com a liderança.

O objetivo AP3 será desenvolvido nos pontos 6 e 7 em que se abordará a a Intenção Estratégica e o Planeamento e o processo da organização.

O objetivo AT1 será desenvolvido transversalmente nos capítulos 8 e 9, sobretudo no Processo de Controlo e Mudança Organizacional bem como Liderança.

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

Obj C1 (Contextualize the domain of management and its respective components, with an emphasis on the evolution of management theories) will be worked on in points 1,2 and 3 of the syllabus

Obj AP1 will be transversal to points 4 and 5 of the syllabus with respective sub-topics, where the context of management and the decision-making process will be addressed

Obj AP2 (handling tools for the exercise of management), will be worked along with all topics, with special emphasis on chapter 9

Obj AP3 will be developed in points 6 and 7 where Strategic Intent and Planning and the organization process will be addressed

Obj AT1 will be developed across chapters 8 and 9, in the Organizational Control and Change Process as well as Leadership. The AT1 objective will be developed transversally in chapters 8 and 9 of this UC, especially in the Control and Organizational Change Process as well as Leadership

4.4.7. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico (com indicação do número de estudantes por turma/grupo para as tipologias de horas de contacto relevantes, e com referência aos meios materiais e tecnológicos utilizados em cada tipologia):

A dimensão teórica e prática é considerada fundamental para a eficácia na aplicação do programa. Neste sentido, refira-se a: exposição teórica das matérias do programa através de materiais de apoio (síncrono e assíncrono); Visualização e estudo dos objetos de aprendizagem apresentados nos blocos digitais; Resolução de desafios práticos nas sessões teórico-práticas e assentam invariavelmente na intervenção permanente dos participantes, na assimilação orientada e apoiada, numa relação de constante interação docente-discentes. Esta UC tal como as demais irá pautar-se pelo Modelo Académico do IPAM que se constitui em 5 fases.

Na etapa I, serão utilizadas sessões de tutoria síncronas para que os estudantes compreendam os conceitos. As aulas teórico-práticas síncronas, com recurso a aula digital serão lecionadas e gravadas pelo professor no LMS. A estratégia de contacto baseia-se em aulas teórico-práticas síncronas para orientar a aprendizagem do estudante e propiciar situações em que possa compreender a aplicação do conhecimento a situações concretas. Os estudantes são chamados a desenvolver atividades letivas com feedback. Orientação tutorial síncrona, do estudo e dos trabalhos a desenvolver, bem como a receção de feedback sobre as atividades de avaliação formativa, composta por um Quis. Na etapa II pretende-se criar e desenvolver relações sociais entre os alunos e, portanto, serão potenciadas atividades respeitantes às aulas assíncronas por meio de aulas magistrais, em que a intervenção do docente é gravada, para que o estudante possa aceder quando necessário. Têm natureza expositiva, mas também irão permitir demonstrar apoiar atividades práticas. Teórico-práticas assíncronas: orientar a aprendizagem dos estudantes e propiciar situações em que compreenda a aplicação do conhecimento a situações concretas, como case-studies.

A etapa III ajuda a incrementar o conhecimento dos alunos, por meio da ferramenta Canvas Analytics que permite ao estudante acompanhar o seu desenvolvimento face aos objetivos de aprendizagem estabelecidos para a UC. Deste modo, assegura-se que estes são plenamente cumpridos, através de instrumentos de monitorização e feedback regular e de retroação pedagógica. E-atividades: artigos e vídeos, para discussão crítica. A etapa IV incentiva o trabalho autónomo do aluno ao propiciar situações em que o estudante possa aplicar o conhecimento a situações concretas, que possibilitarão a realização de avaliação formativa e sumativa.

A etapa V diz respeito ao desenvolvimento e avaliação sumativa dos conhecimentos.

4.4.7. Specific teaching methodologies of the curricular unit and their link with the pedagogical model (point out the

number of students per class/group to the types of relevant contact hours, with reference to the material and technological facilities used in each typology):

The theoretical and practical dimension is considered fundamental for the effectiveness of the program's application. In this sense, refer to a theoretical exposition of the contents of the program through support materials (synchronous and asynchronous); Visualization and study of learning objects presented in digital blocks; Solving practical challenges in theoretical-practical sessions and invariably based on the permanent intervention of the participants, on guided and supported assimilation, in a relationship of constant teacher-student interaction. This CU, like the others, will be guided by the Academic Model of the IPAM's, which consists of 5 phases.

In step I, synchronous tutoring sessions will be used so that students understand the concepts. Synchronous theoretical-practical classes, using digital classes, will be taught and recorded by the teacher in the LMS. The contact strategy is based on synchronous theoretical-practical classes to guide student learning and provide situations in which they can understand the application of knowledge to concrete situations. Students are called to develop classroom activities with feedback. Synchronous tutorial guidance, study, and work to be developed, as well as receiving feedback on formative assessment activities, consisting of a Quis. In stage II is intended to create and develop social relationships between students and therefore activities related to asynchronous classes will be promoted through masterclasses, in which the teacher's intervention is recorded, so that the student can access when necessary. They are expository, but will also allow you to demonstrate support for practical activities. Asynchronous theoretical practices: guide students' learning and provide situations in which they understand the application of knowledge to concrete situations, such as case studies.

Stage III helps to increase the knowledge of students, through the Canvas Analytics tool, which allows students to monitor their development against the learning objectives established for the CU. In this way, it is ensured that these are fully complied with, through regular monitoring and feedback instruments and pedagogical feedback. E-activities: articles and videos, for critical discussion. Stage IV encourages the autonomous work of the student by providing situations in which the student can apply knowledge to concrete situations, which will enable the realization of formative and summative assessments.

Stage V concerns the development and summative assessment of knowledge.

4.4.8.Avaliação:

O processo de avaliação contempla os seguintes regimes: (i) avaliação contínua ou (ii) avaliação final. Em qualquer destes regimes, o estudante obterá aproveitamento se tiver classificação final igual ou superior a 10 valores. O modelo de avaliação contínua é aquele que decorre ao longo do período de aulas e reflete uma permanente interação entre docente e estudante, convergente com o modelo pedagógico do IPAM para o EaD, pois assume que os métodos de avaliação devem ser valorizados ao longo do processo de ensino e aprendizagem.

No regime de avaliação contínua será valorizada a avaliação formativa que permitirá acompanhar e, se necessário, ajustar o percurso do estudante, e a avaliação sumativa que permitirá avaliar a aquisição dos objetivos da UC.

Assume-se uma assiduidade mínima de 70% nas aulas síncronas, bem como uma interação mínima de 70% com as atividades assíncronas. Este cumprimento será verificado diretamente através das ferramentas analytics do LMS.

A avaliação contínua pressupõe três elementos:

i) Participação, medida em função da sua participação regular e em tempo útil nas atividades propostas no período de aulas, assim como do cumprimento das datas estabelecidas para a realização das atividades. O estudante deverá ter uma classificação mínima de 8 valores, contabilizando 20% da nota final.

ii) Avaliação sumativa intermédia, composta por atividades propostas pelo docente ao longo do período de aulas. Nestas, o estudante deverá ter uma classificação mínima média de 8 valores, contabilizando 40% da nota final. Este elemento será composto por:

ii.a) Fórum Virtual.

ii.b) case studies baseados num documento descritor de uma situação real ou hipotética a analisar crítica e exaustivamente, articulando-o com conceitos fundamentais da UC.

iii) Avaliação sumativa final, composta por atividades propostas pelo docente no decorrer da época de avaliação (após o período de aulas). De forma a garantir a fiabilidade e autoria das respostas será utilizado o LockDown Browser. Nestas, o estudante deverá ter uma classificação mínima média de 8 valores, contabilizando 40% da nota final. Este elemento será composto por:

iii.a) uma prova escrita e/ou teórica, com o objetivo de validar os conhecimentos adquiridos pelos estudantes e certificar competências.

iii.b) Relatório em grupo pela estruturação dos problemas da gestão empresarial numa perspetiva sistémica, com aplicação a casos reais.

Por fim, o regime de avaliação final ocorre após o período de aulas e incidirá sobre todos os conteúdos lecionados na UC. De forma a garantir a fiabilidade e autoria das respostas será utilizado o LockDown Browser. Serão admitidos à avaliação final os estudantes que optem por esta opção, bem como os que não obtiverem aprovação na avaliação contínua. Nestas, o estudante deverá ter uma classificação mínima de 10 valores. Este elemento será composto por:

a) uma prova escrita e/ou teórica.

4.4.8.Assessment:

The evaluation process includes the following regimes: (i) continuous evaluation or (ii) final evaluation. In any of these schemes, the student will be successful if they have a final grade equal to or greater than 10 points. The continuous assessment model is the one that takes place throughout the class period and reflects a permanent interaction between teacher and student, convergent with the pedagogical model of the IPAM's for distance education, as it assumes that assessment methods should be valued throughout the teaching and learning process.

In the ongoing assessment system, formative assessment that will allow monitoring and, if necessary, adjusting the student's path, and the summative assessment that will allow evaluating the acquisition of the CU objectives will be valued. A minimum attendance of 70% in synchronous classes is assumed, as well as a minimum interaction of 70% in asynchronous activities. This compliance will be verified directly through the LMS analytics tools.

Continuous assessment presupposes three elements:

i) Participation, measured in terms of regular and timely participation in the activities proposed during the class period,

as well as compliance with the dates established for carrying out the activities. The student must have a minimum classification of 8 values, accounting for 20% of the final grade.

ii) Intermediate summative assessment, consisting of activities proposed by the teacher throughout the class period. In these, the student must have a minimum average classification of 8 values, accounting for 40% of the final grade. This element will consist of:

ii. a) Virtual Forum.

ii. b) case studies based on a document describing a real or hypothetical situation to be critically and exhaustively analyzed, articulating it with fundamental concepts of the CU.

iii) Final summative assessment, consisting of activities proposed by the teacher during the assessment period (after the class period). To guarantee reliability and authoritative answers, the LockDownBrowser will be used. In these, the student must have a minimum average classification of 8 values, accounting for 40% of the final grade. This element will consist of:

iii. a) a written and/or theoretical test, to validate the knowledge acquired by the students and certify competencies

iii. b) Group report on the structuring of business management problems in a systemic perspective, with application to real cases.

Finally, the final evaluation regime takes place after the class period and will focus on all content taught in the CU. To guarantee reliability and authoritative answers, the LockDownBrowser will be used. Students who opt for this option will be admitted to the final assessment, as well as those who do not pass the continuous assessment. In these, the student must have a minimum classification of 10 values. This element will consist of:

a) a written and/or theoretical test

4.4.9. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

O objetivo C1 (contextualizar o domínio da gestão), o objetivo AP1 será desenvolvido através de uma metodologia de ensino expositiva, que consiste na exposição oral de informações, saberes, ou conteúdos em que o estudante tem um papel menos ativo. Contudo, esta exposição será complementada com os outros métodos como: as atividades formativas síncronas de aula virtual e sessão tutoria, e as assíncronas de vídeo-lição e leitura de artigo/obra científica. O objetivo AP1 (adquirir capacidades para contextualizar os principais problemas da estratégia e do planeamento) AP2 (manusear ferramentas para o exercício da gestão, nomeadamente no domínio da organização, liderança e controlo), e AP3 (compreender e aplicar os principais conceitos que determinam a linguagem inerente à gestão das organizações) serão desenvolvidos através de uma metodologia de ensino ativa, que consiste num método de ensino-aprendizagem em que o estudante tem um papel ativo na procura do conhecimento e o docente tem, fundamentalmente, um papel de dinamizador. Neste âmbito, serão utilizadas as atividades formativas síncronas de tutoria e as assíncronas e as assíncronas de vídeo-lição e leitura de artigo/obra científica e fóruns virtuais.

O objetivo AT1 (adquirir competências no âmbito da compreensão e estruturação dos problemas da gestão empresarial numa perspetiva sistémica, com aplicação a casos reais) irá ser desenvolvido através de uma metodologia de ensino ativo e partilhado, que consiste na utilização da interrogação e da formulação de questões que conduzem os estudantes a encontrar os conhecimentos pretendidos. Neste âmbito, serão utilizadas as atividades formativas síncronas de tutoria e sessões assíncronas de fórum virtual.

4.4.9. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

The objective C1 (to contextualize the domain of management), objective AP1 will be developed through an expository teaching methodology, which consists of the oral presentation of information, knowledge, or contents in which the student has a less active role. However, this exhibition will be complemented with other methods such as: synchronous formative activities of virtual class and tutoring session, and asynchronous video-lesson and reading of article/scientific work.

The objective AP1 (to acquire skills to contextualize the main problems of strategy and planning) AP2 (to handle tools for the exercise of management, namely in the domain of organization, leadership and control), and AP3 (to understand and apply the main concepts that determine the language inherent to the management of organizations) will be developed through an active teaching methodology, which consists of a teaching-learning method in which the student has an active role in the search for knowledge and the teacher has, fundamentally, a driving role. In this context, synchronous training activities of tutoring and asynchronous and asynchronous video-lesson and reading of article/scientific work and virtual forums will be used.

The AT1 objective (to acquire skills in the understanding and structuring of business management problems in a systemic perspective, with application to real cases) will be developed through an active and shared teaching methodology, which consists of the use of interrogation and the formulation of questions that lead students to find the desired knowledge. In this context, synchronous training activities of tutoring and asynchronous sessions of a virtual forum will be used.

4.4.10. Bibliografia de consulta/existência obrigatória e outros recursos de aprendizagem específicos para EaD:

Carvalho, J.E. (2019). *Gestão de Empresas: princípios fundamentais*. Lisboa: Edições Sílabo.

Certo, S.C., & Certo, S. T. (2015). *Modern management: concepts and skills, Global Edition (14ª ed)*. Essex: Pearson Higher Education.

Cunha, P., Rego, A., & Cabral-Cardoso, C. (2019). *Teoria das organizações e da gestão*. Lisboa: Edições Sílabo.

Gomez-Mejia, L., & Balkin, D.B. (2006) *Management*. New York: McGraw-Hill.

Jones, G., & George, J. (2016). *Contemporary management*. Australia: McGraw-Hill Education.

Mintzberg, H. (2010). *Estrutura e dinâmica das organizações*. Lisboa: Publicações Dom Quixote.

Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L., & He, H. (2013). *Principles of marketing European Edition (8ª ed.)*. England: Pearson.

Teixeira, S. (2014). *Gestão das Organizações*. Lisboa: Verlag Dashofer Edições.

Teixeira, S. (2020). *Gestão Estratégica*. Lisboa: Escolar Editora.

Mapa IV - Economia da Empresa**4.4.1.1.Designação da unidade curricular:***Economia da Empresa***4.4.1.1.Title of curricular unit:***Company Economy***4.4.1.2.Sigla da área científica em que se insere:***CEmp***4.4.1.3.Duração(1):***Semestral***4.4.1.4.Horas de trabalho(2):***150***4.4.1.5.1Horas de contacto assíncrono a distância(3):***T-28;***4.4.1.5.2Horas de contacto síncrono a distância(3):***T-6; TP-17;***4.4.1.5.3Horas de contacto presencial(3):***<sem resposta>***4.4.1.6.ECTS:***6***4.4.1.7.Observações(4):**

Esta UC cumpre os objetivos específicos C1, C2, C3 e AP1 deste ciclo de estudos. Concretamente, cerca de 20% do tempo de trabalho da UC será dedicado a identificar os conceitos, práticas e técnicas de gestão de marketing (C1). Outros 20% a aplicar os aspetos da gestão de organizações no marketing (C2) e 30% a interpretar contexto económico e financeiro e aplicá-lo aos negócios (C3). Por fim, os 20% restantes serão dedicados a demonstrar habilidades analíticas para melhor tomada de decisão (AP1).

Nesta UC, de base conceptual, pretende-se que o aluno deva ser capaz de compreender os pressupostos básicos da Economia da empresa no mundo real e actual. Com base na realização e resolução de estudo de caso reportado a uma situação concreta, o aluno deverá ser capaz de decidir sobre as atitudes mais ajustadas a tomar pelas empresas de forma a atingir eficazmente os seus objetivos.

4.4.1.7.Observations:

This CU fulfills the specific objectives C1, C2, C3, and AP1 of this study cycle. Concretely, around 20% of the CU's working time will be dedicated to identifying the concepts, practices, and techniques of marketing management (C1). Another 20% to apply the aspects of managing organizations in marketing (C2) and 30% to interpret the economic and financial context and apply it to business (C3). Finally, the remaining 20% will be dedicated to demonstrating analytical skills for better decision-making (AP1).

In this CU, conceptually based, it is intended that the student should be able to understand the basic assumptions of business economics in the real and current world. Based on the realization and resolution of a case study related to a specific situation, the student should be able to decide on the most adjusted attitudes to be taken by companies to effectively achieve their goals.

4.4.2.Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):*Hermano Manuel Martins Gouveia; 23h***4.4.3.Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:***<sem resposta>***4.4.4.Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o ensino a distância (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):***C1. Compreender a importância da Economia na perspectiva da sociedade e do mercado.**C2. Identificar e compreender os problemas económicos fundamentais da sociedade.**AP1. Identificar a função do estado e da empresa*

- AT1. Analisar a função produção na empresa*
AT2. Analisar e aplicar a teoria do consumidor

4.4.4. Intended learning outcomes and respective compatibility with distance learning (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

- C1. Understand the importance of economics from the perspective of society and the market.*
C2. Identify and understand the fundamental economic problems of society.
AP1. Identify the role of the state and the company
AT1. Analyze the production function in the company
AT2. Analyze and apply consumer theory

4.4.5. Conteúdos programáticos:

- 1. Introdução à Economia da Empresa*
1.1 Conceitos básicos
1.2 Os problemas económicos fundamentais da sociedade
1.3 O conceito de Escassez e o custo de oportunidade.
1.4 A fronteira de possibilidades de produção.

- 2. Mercados*
2.1 Funcionamento dos mercados
2.2 Teorias Elementares da procura e oferta.
2.3 Equilíbrio de Mercado.
2.4 Elasticidade da procura e oferta.
2.5 Teoria do consumidor
2.6 Restrição orçamental.
2.7 Curvas de indiferença.
2.8 Escolhas óptimas.
2.9 Efeito rendimento e efeito substituição.

3. Eficiência Económica

4. Empresa – Produção e custos

5. Estruturas de Mercado

- 6. Comportamento Estratégico*
6.1 Decisões de Preços
6.2 Concorrência: aspectos dinâmicos e mercados.

- 7. O Estado e as Empresas*
7.1 Limites ao poder do mercado.
7.2 Externalidades e bens públicos.

4.4.5. Syllabus:

- 1. Introduction to Business Economics*
1.1 Basic concepts
1.2 The fundamental economic problems of society
1.3 The concept of scarcity and the opportunity cost.
1.4 The production possibilities frontier.

- 2. Markets*
2.1 Market functioning
2.2. Elementary theories of demand and supply.
2.3 Marketplace balance.
2.4 The elasticity of demand and supply.
2.5 Consumer theory
2.6 Budget constraint.
2.7 Indifference curves.
2.8 Great choices.
2.9 Yield effect and substitution effect.

3. Economic Efficiency

4. Company - Production and costs

5. Market Structures

- 6. Strategic Behavior*
6.1 Pricing Decisions.
6.2 Competition: dynamic aspects and markets.
7. The State and Companies
7.1 Limits to market power.

7.2 Externalities and public goods.

4.4.6.Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:
O objetivo C1 (Compreender a importância da Economia na perspetiva da sociedade e do mercado) e C2 (Identificar e compreender os problemas económicos fundamentais da sociedade) serão trabalhados de forma transversal em todo o CE. O objetivo AP1 (Identificar a função do Estado e da empresa) será trabalhado no capítulo 7 onde os alunos irão desenvolver as competências estratégicas apreendidas nos capítulos anteriores sobre a economia e a sua relação com as empresas e o Estado. Os objetivos de Aprendizagem AP1 (analisar a cadeia de valor) e AP2 (Desenvolver a sua estratégia de comunicação e distribuição) serão trabalhados nos capítulos 2 e 3, uma vez que serão identificados os principais canais de comunicação e distribuição aplicados à realidade hoteleira. Por fim, o objetivo de Aprendizagem AT1 (Analisar a função produção na empresa) e AT2 (Analisar e aplicar a teoria do consumidor) serão trabalhados ao longo dos capítulos 4 (produção e empresa) e o capítulo 6, comportamento estratégico.

4.4.6.Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

Objective C1 (Understanding the importance of the economy from the perspective of society and the market) and C2 (Identify and understand the fundamental economic problems of society) will be worked on across the board. The objective AP1 (Identify the role of the State and the company) will be worked on in chapter 7 where students will develop the strategic skills learned in the previous chapters about the economy and its relationship with companies and the State. Learning objectives AP1 (analyze the value chain) and AP2 (Develop your communication and distribution strategy) will be worked on in chapters 2 and 3 since the main communication and distribution channels applied to the hotel reality will be identified. Finally, the Learning objectives AT1 (Analyze the production function in the company) and AT2 (Analyze and apply the consumer theory) will be worked on throughout chapter 4 (production and company) and chapter 6, strategic behavior.

4.4.7.Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico (com indicação do número de estudantes por turma/grupo para as tipologias de horas de contacto relevantes, e com referência aos meios materiais e tecnológicos utilizados em cada tipologia):

Esta UC pretende dotar os alunos com conhecimentos básicos de economia, para que percebam a dimensão e compreendam o seu potencial. O acesso e motivação será garantido através de sessões de tutoria e fóruns virtuais, a socialização será promovida através de quebra-gelos e debates, a troca de informação será promovida através de aulas virtuais, livros digitais e podcasts, a construção do conhecimento será efetuada através de brainstormings em aulas virtuais e vários objetos assíncronos e de trabalho autónomo, e o desenvolvimento será cumprido através da elaboração de um trabalho final.

A primeira fase do modelo académico visa a sistematização de conceitos relacionados com Economia e para o efeito serão desenvolvidas aulas síncronas nos seguintes formatos: aula digital: sessão síncrona lecionada e gravada pelo professor no LMS.

Na segunda fase para suprimir as barreiras individuais entre os alunos e a interação. Serão desenvolvidas aulas assíncronas em Lição Estúdio, utilizado para a introdução da UC, através da apresentação de controvérsias, dilemas, analogias ou problemas para provocar a curiosidade do estudante e ligá-la a aprendizagens anteriores; Sessões virtuais assíncronas, previamente gravadas, para realizar demonstrações teóricas, apresentar experiências, apresentar a resolução de exercícios. Fóruns sobre a teoria em debate, sendo lançada pelo professor.

A terceira fase do modelo académico aprofunda o conhecimento dos alunos e será incentivada a leitura de artigos científicos para sistematizar conceitos e modelos. Os alunos serão ainda desafiados a ler notícias de jornais económicos e montarem um debate onde temas da vida económica.

O trabalho autónomo dos alunos é incentivado na quarta fase onde realizam, em sessões tutoriais.

A quinta fase avalia, de forma sumativa, os conhecimentos dos alunos.

4.4.7.Specific teaching methodologies of the curricular unit and their link with the pedagogical model (point out the number of students per class/group to the types of relevant contact hours, with reference to the material and technological facilities used in each typology):

This UC aims to provide students with basic knowledge of economics so that they realize the dimension and understand its potential. Access and motivation will be guaranteed through tutoring sessions and virtual forums, socialization will be promoted through icebreakers and debates, the exchange of information will be promoted through virtual classes, digital books, and podcasts, the construction of knowledge will be carried out through brainstorming in virtual classes and various asynchronous objects and autonomous work, and the development will be accomplished through the elaboration of final work.

The first phase of the academic model aims to systematize concepts related to economics and for this purpose synchronous classes will be developed in the following formats: digital class: synchronous session taught and recorded by the teacher in the LMS.

The second phase is to remove individual barriers between students and interaction. Asynchronous classes will be developed in Studio Lesson, used for the introduction of UC, through the presentation of controversies, dilemmas, analogies, or problems to provoke the student's curiosity and link it to previous learning; Asynchronous virtual sessions, previously recorded, to carry out theoretical demonstrations, present experiments, present the resolution of exercises. Forums on the debated theory being launched by the professor.

The third phase of the academic model deepens students' knowledge and the reading of scientific articles will be encouraged to systematize concepts and models. Students will also be challenged to read news from economic newspapers and set up a debate where themes of economic life.

The autonomous work of students is encouraged in the fourth phase, where they carry out, in tutorial sessions, the Problem-based-learning activity: based on a real/hypothetical initial situation, groups of students are led to survey hypotheses that allow them to identify the cause of the problem. the problem raised by the teacher, as well as the

identification of solutions that allow its resolution.

The fifth phase assesses, in a summative way, the knowledge of the student.

4.4.8.Avaliação:

O processo de avaliação contempla os seguintes regimes: (i) avaliação contínua ou (ii) avaliação final. Em qualquer destes, o estudante obterá aproveitamento se tiver classificação final igual ou superior a 10 valores. O modelo de avaliação contínua é aquele que decorre ao longo do período de aulas e reflete uma permanente interação entre docente e estudante, convergente com o modelo pedagógico do IPAM para o EaD, pois assume que os métodos de avaliação devem ser valorizados ao longo do processo de ensino e aprendizagem.

No regime de avaliação contínua será valorizada a avaliação formativa que permitirá acompanhar e, se necessário, ajustar o percurso do estudante, e a avaliação sumativa que permitirá avaliar a aquisição dos objetivos da UC.

Assume-se uma assiduidade mínima de 70% nas aulas síncronas, bem como uma interação mínima de 70% com as atividades assíncronas. Este cumprimento será verificado diretamente através das ferramentas analytics do LMS.

A avaliação contínua pressupõe três elementos:

i) Participação, medida em função da regularidade e tempo útil nas atividades propostas no período de aulas, assim como do cumprimento das datas estabelecidas para a realização das atividades. O estudante deverá ter uma classificação mínima de 8 valores, contabilizando 20% da nota final.

ii) Avaliação sumativa intermédia, por atividades propostas pelo docente ao longo do período de aulas. Nestas, o estudante deverá ter uma classificação mínima de 8 valores, contabilizando 40% da nota final. Este elemento será composto por:

ii.a) Problem-based-learning: grupos de estudantes são levados ao levantamento de hipóteses que permitam identificar a causa do problema levantado pelo docente, bem como a identificação de soluções.

iii) Avaliação sumativa final, composta por atividades propostas pelo docente no decorrer da época de avaliação (após o período de aulas). De forma a garantir a fiabilidade e autoria das respostas será utilizado o LockDown Browser.

Nestas, o estudante deverá ter uma classificação mínima média de 8 valores, contabilizando 40% da nota final. Este elemento será composto por:

iii.a) uma prova escrita e/ou teórica

iii.b) Relatório individual/em grupo, onde os estudantes aplicam os conhecimentos apreendidos no âmbito da unidade curricular. Aqui o aluno analisa os problemas económicos fundamentais da sociedade a partir de diferentes perspetivas, incorporando um juízo crítico por parte do estudante.

Por fim, o regime de avaliação final ocorre após o período de aulas e incidirá sobre todos os conteúdos lecionados na UC. De forma a garantir a fiabilidade e autoria das respostas será utilizado o LockDown Browser. Serão admitidos à avaliação final os estudantes que optem por esta opção, bem como os que não obtiverem aprovação na avaliação contínua. Nestas, o estudante deverá ter uma classificação mínima de 10 valores. Este elemento será composto por:

a) uma prova escrita e/ou teórica.

4.4.8.Assessment:

The evaluation process includes the following regimes: (i) continuous evaluation or (ii) final evaluation. In any of these schemes, the student will be successful if they have a final grade equal to or greater than 10 points. The continuous assessment model is the one that takes place throughout the class period and reflects a permanent interaction between teacher and student, convergent with the pedagogical model of the IPAM's for distance education, as it assumes that assessment methods should be valued throughout the teaching and learning process.

In the ongoing assessment system, formative assessment that will allow monitoring and, if necessary, adjusting the student's path, and the summative assessment that will allow evaluating the acquisition of the CU objectives will be valued. A minimum attendance of 70% in synchronous classes is assumed, as well as a minimum interaction of 70% in asynchronous activities. This compliance will be verified directly through the LMS analytics tools.

Continuous assessment presupposes three elements:

i) Participation, measured in terms of regular and timely participation in the activities proposed during the class period, as well as compliance with the dates established for carrying out the activities. The student must have a minimum classification of 8 values, accounting for 20% of the final grade.

ii) Intermediate summative assessment, consisting of activities proposed by the teacher throughout the class period. In these, the student must have a minimum classification of 8 values, accounting for 40% of the final grade. This element will consist of:

a) Problem-based learning: groups of students are led to raise hypotheses that allow identifying the cause of the problem raised by the teacher, as well as the identification of solutions.

iii) Final summative assessment, consisting of activities proposed by the teacher during the assessment period (after the class period). To guarantee reliability and authoritative answers, the LockDownBrowser will be used. In these, the student must have a minimum average classification of 8 values, accounting for 40% of the final grade. This element will consist of:

a) a written and/or theoretical test.

b) Individual/group report, where students apply the knowledge learned within the scope of the curricular unit. Here the student analyzes the fundamental economic problems of society from different perspectives, incorporating a critical judgment by the student.

Finally, the final evaluation regime takes place after the class period and will focus on all content taught in the CU. To guarantee reliability and authoritative answers, the LockDownBrowser will be used. Students who opt for this option will be admitted to the final assessment, as well as those who do not pass the continuous assessment. In these, the student must have a minimum classification of 10 values. This element will consist of:

a) a written and/or theoretical test

4.4.9. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

O objectivo C1 (Compreender a importância da Economia na perspetiva da sociedade e do mercado) e C2 (Identificar e compreender os problemas económicos fundamentais da sociedade) serão atingidos através de uma metodologia de ensino expositiva que consiste na transmissão oral de informações, saber ou conteúdos em que o estudante tem um papel passivo. É um método indispensável no processo de ensino-aprendizagem, contudo, deve ser complementado com os outros métodos. Neste âmbito, serão utilizadas as atividades formativas síncronas de aula virtual e sessões de tutorias e as assíncronas de vídeo-lição, podcast e leitura de artigo/obra científica/case study.

O objetivo AP1 que consiste em (Identificar a função do estado e da empresa) será desenvolvido através de uma metodologia de ensino demonstrativa, que consiste na forma de transmissão de conhecimentos que utiliza simultaneamente a explicação e a demonstração. O docente promove a execução de um procedimento, nomeadamente a análise da relação entre o Estado e as Empresas tendo por base a demonstração. Neste âmbito, serão utilizadas as atividades formativas assíncronas de vídeo-screencast, simulações e podcast.

Por fim, os objetivos AT1 e AT2 que compreendem a análise da função produção na empresa e a análise e aplicação da teoria do consumidor serão disseminados através de uma metodologia de ensino interrogativa que consiste na utilização da questão e da formulação de perguntas que conduzem os estudantes a discernir os conhecimentos e a procurar soluções de acordo com a informação transmitida e profundidade de estudo autónomo de cada estudante. Neste âmbito, serão utilizadas as atividades formativas síncronas de tutoria e sessões assíncronas de fórum virtual.

4.4.9. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

The objective C1 (Understanding the importance of economics from the perspective of society and the market) and C2 (Identify and understand the fundamental economic problems of society) will be achieved through an expository teaching methodology consisting of the oral transmission of information, knowledge or content in which the student has a passive role. It is an indispensable method in the teaching-learning process, however, it must be complemented with the other methods. In this context, synchronous formative activities of virtual classes and tutorial sessions and asynchronous video-lesson, podcast and reading of article/scientific work/case study will be used.

The objective AP1 which consists of (Identifying the function of the state and the company) will be developed through a demonstrative teaching methodology, which consists of a form of knowledge transmission that uses both explanation and demonstration. The teacher promotes the execution of a procedure, namely the analysis of the relationship between the State and the Companies based on the demonstration. In this context, asynchronous training activities of video-screencast, simulations and podcast will be used.

Finally, the AT1 and AT2 objectives, which comprise the analysis of the production function in the company and the analysis and application of consumer theory, will be disseminated through an interrogative teaching methodology that consists of using the question and the formulation of questions that lead students to discern the knowledge and look for solutions according to the information and the depth of autonomous study of each student. In this context, synchronous training activities of tutoring and asynchronous sessions of a virtual forum will be used.

4.4.10. Bibliografia de consulta/existência obrigatória e outros recursos de aprendizagem específicos para EaD:

Barney, J., & Hesterly, W. (2008). Strategic management and competitive advantage: concepts and cases. Englewood Cliffs: Pearson Education Limited.

Baye, M. (2017). Managerial Economics and business Strategy (9ª ed.). New York: Irwin/McGraw Hill.

Besanko, D., & Brauetingam, R. (2020). Microeconomics: an integrated approach. USA: John Wiley & Sons.

Besanko, D., Dranove, D., Shanley, M., & Schaefer, S. (2013). Economics of strategy. USA: John Wiley & Sons.

Douma, S. Schreuder, H. (2017). Economic approaches to organizations (4ª ed.). England: Pearson Education Limited.

Mata, J. (2011). Economia da empresa. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

Mcguigan, J., Moyer, R., & Harris, F. (2016) Economia de empresas: aplicações, estratégia e táticas. Lisboa: CengageLearning.

Samuelson, P., & Nordhaus, W. (2005). Economia. Lisboa: McGraw-Hill.

Wilkinson, N. (2005). Managerial economics. Cambridge: Cambridge University Pres

Mapa IV - Dinâmica e Animação de Grupos

4.4.1.1. Designação da unidade curricular:

Dinâmica e Animação de Grupos

4.4.1.1. Title of curricular unit:

Group Dynamics and Animation

4.4.1.2.Sigla da área científica em que se insere:*CEmp***4.4.1.3.Duração(1):***Semestral***4.4.1.4.Horas de trabalho(2):***150***4.4.1.5.1Horas de contacto assíncrono a distância(3):***T-28;***4.4.1.5.2Horas de contacto síncrono a distância(3):***TP-23;***4.4.1.5.3Horas de contacto presencial(3):***<sem resposta>***4.4.1.6.ECTS:***6***4.4.1.7.Observações(4):**

Esta UC cumpre os objetivos específicos C1, C2, AP3 e AT2 do ciclo de estudos. Em concreto, 10% do tempo de trabalho da UC será dedicado a identificar os conceitos, práticas e técnicas de gestão de marketing (C1), outros 10% a aplicar os aspetos da gestão de organizações no marketing (C2), 70% a construir um papel proactivo de gestão e liderança de equipas (AP3) e, por fim, 10% será dedicado a desenvolver valor organizacional com qualidade, rigor científico e ética (AT2). Nesta UC, de base aplicada pretende-se demonstrar a aplicação de métodos e técnicas de animação de grupos e equipas, através de exercícios de simulação, os quais são construídos a partir de situações reais do funcionamento dos grupos de trabalho em organizações concretas. Em conjunto com as outras UCs que compõem o 1º semestre do CE, dará suporte para a construção do conhecimento, facilitando, ainda, a convivência entre os alunos.

4.4.1.7.Observations:

This UC fulfills the specific objectives K1, K2, AP3, and AT2 of the study cycle. Specifically, 10% of the UC's working time will be dedicated to identifying the concepts, practices, and techniques of marketing management (K1), another 10% to applying the aspects of managing organizations in marketing (K2), 70% to build a proactive role in managing and leading teams (AP3) and, finally, 10% will be dedicated to developing organizational value with quality, scientific rigor and ethics (AT2). This application-based UC is intended to demonstrate the application of methods and techniques of animation of groups and teams, through simulation exercises, which are built from real situations of the functioning of workgroups in concrete organizations. Together with the other CUs that make up the 1st semester of the SC, it will support the construction of knowledge, also facilitating the coexistence between students.

4.4.2.Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):*Cidália Andrea da Costa Silva Neves; 23h***4.4.3.Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:***<sem resposta>***4.4.4.Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o ensino a distância (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):***C1 Demonstrar a aplicação de métodos e técnicas de animação de grupos e equipas.**AP1 Conhecer o processo de desenvolvimento de equipas de trabalho**AT1 Desenvolver competências transversais importantes para o mercado de trabalho atual.**AT2 Desenvolver competências de trabalho em equipa, que permitam a maximização do desempenho dos grupos na resolução de tarefas concretas.***4.4.4.Intended learning outcomes and respective compatibility with distance learning (knowledge, skills and competences to be developed by the students):***C1 Demonstrate the application of animation methods and techniques for groups and teams.**AP1 Know the process of developing work teams**AT1 Develop transversal skills that are important for the current job market.**AT2 Develop teamwork skills that allow groups to maximize their performance in solving specific tasks.*

4.4.5.Conteúdos programáticos:

1. *Introdução ao estudo dos grupos*
 - 1.1 *Conceito de grupo/equipa e de dinâmica*
 - 1.2 *Fases de desenvolvimento de uma equipa*
 - 1.3 *Interação e trabalho em equipa*
2. *Gestão de conflitos*
 - 2.1 *Definição*
 - 2.2 *Tipos de conflito*
 - 2.3 *As causas do conflito*
 - 2.4 *Consequências do conflito*
 - 2.5 *Estratégias para a resolução de conflitos*
3. *O processo de tomada de decisão e a resolução de problemas*
4. *Planeamento e Gestão de tempo*
5. *Liderança*
 - 5.1 *Estilos de liderança*
 - 5.2 *Liderança e comunicação*

4.4.5.Syllabus:

1. *Introduction to the study of groups*
 - 1.1 *Concept of group/team and dynamics*
 - 1.2 *Phases of team development*
 - 1.3 *Interaction and teamwork*
2. *Conflict management*
 - 2.1 *Definition*
 - 2.2 *Types of conflict*
 - 2.3 *The causes of conflict*
 - 2.4 *Consequences of Conflict*
 - 2.5 *Strategies for conflict resolution*
3. *The decision-making process and problem-solving*
4. *Planning and time management*
5. *Leadership*
 - 5.1 *Leadership Styles*
 - 5.2 *Leadership and communication*

4.4.6.Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

O objetivo C1 (Demonstrar a aplicação de métodos e técnicas de animação de grupos e equipas) é transversal a todos os conteúdos programáticos desta UC, assim como o objetivo de atitude AT2 (Desenvolver competências de trabalho em equipa, que permitam a maximização do desempenho dos grupos na resolução de tarefas concretas). O objetivo de aptidão AP1 (Conhecer o processo de desenvolvimento de equipas de trabalho) será trabalhado através dos conteúdos 1, 2 e 4 nesta UC. Finalmente, para que o aluno possa desenvolver competências transversais importantes para o mercado de trabalho atual (AT1), faz-se importante o conteúdo 2. Entretanto todos os conteúdos nesta unidade curricular possibilitam o desenvolvimento de tais competências.

4.4.6.Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The objective C1 (Demonstrate the application of methods and techniques of animation of groups and teams) is transversal to all syllabus of this UC, as well as the objective of attitude AT2 (Develop teamwork skills, which allow the maximization of the performance of the groups in solving concrete tasks). The aptitude objective AP1 (Knowing the process of developing work teams) will be worked through contents 1, 2, and 4 in this UC. Finally, for the student to develop transversal skills that are important for the current job market (AT1), content 2 is important. However, all the contents in this curricular unit enable the development of such skills.

4.4.7.Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico (com indicação do número de estudantes por turma/grupo para as tipologias de horas de contacto relevantes, e com referência aos meios materiais e tecnológicos utilizados em cada tipologia):

Esta UC articulará momentos de trabalho em grande grupo, momentos de trabalho em grupos restritos e de trabalho individual, síncronos e assíncronos. Seguirá o modelo de ensino aprendizagem composto por 5 etapas. A etapa I, de acesso e motivação será vivenciada pelo estudante à medida em que interage com outros. Serão desenvolvidas dinâmicas de conhecimento e de apresentação da UC além de um quiz auto corrigido para ambientação no LMS. Em sessões de tutoria, os alunos poderão tirar dúvidas sobre a UC e seus processos. Poderão recorrer a vídeos gravados e publicados na plataforma virtual para consultas futuras. No que diz respeito a etapa II do modelo pedagógico, será trabalhada a socialização online com recurso a um pouco mais de interação e trabalhos colaborativos. Assim, por meio de uma ferramenta colaborativa, será desenvolvido um estudo diagnóstico, no contexto real de uma empresa

com vistas a identificar uma competência a ser desenvolvida na equipa da empresa. Pelo fórum de discussão, a construção de cenários ajudará no diagnóstico. Na etapa III, onde aprofunda-se a construção do conhecimento, será incentivada a troca de informação mútua e a nível de e-atividades serão utilizadas: repositório de referências, numa colaboração entre docente e alunos, além do estímulo a leitura de obras científicas. De maneira mais autónoma, o aluno avança para a etapa IV, por meio de discussões ente grupos e interação orientada para o trabalho em equipa. Nesta etapa terão por base o problema-based-learning, recursos de gamificação colaborativa, simulações de situações reais que serão colocadas em debate e um quiz para consolidação dos conhecimentos, de forma assíncrona. Na etapa V, os alunos conseguem ter uma postura mais exploratória perante o conhecimento construído.

4.4.7. Specific teaching methodologies of the curricular unit and their link with the pedagogical model (point out the number of students per class/group to the types of relevant contact hours, with reference to the material and technological facilities used in each typology):

This CU will articulate moments of work in large groups, moments of work in restricted groups, and individual work, synchronous and asynchronous. It will follow the teaching-learning model consisting of 5 steps. Stage I, access and motivation, will be experienced by the student as he interacts with others. Dynamics of knowledge and presentation of UC will be developed, in addition to a self-correcting quiz for setting in the LMS. In tutoring sessions, students will be able to ask questions about the UC and its processes. They may use videos recorded and published on the virtual platform for future consultations. Concerning stage II of the pedagogical model, online socialization will be developed using a little more interaction and collaborative work. Thus, through a collaborative tool, a diagnostic study will be developed, in the real context of a company, to identify a competence to be developed in the company's team. Through the discussion forum, the construction of scenarios will help in the diagnosis. In stage III, where the construction of knowledge is deepened, the exchange of mutual information will be encouraged and at the level of e-activities will be used: a repository of references, in collaboration between professors and students, in addition to encouraging the reading of scientific works. More autonomously, the student advances to stage IV, through discussions between groups and interaction oriented towards teamwork. This stage will be based on problem-based learning, collaborative gamification resources, simulations of real situations that will be debated, and a quiz to consolidate knowledge, asynchronously. In step V, students can have a more exploratory attitude towards the constructed knowledge.

4.4.8. Avaliação:

O processo de avaliação contempla os seguintes regimes: (i) avaliação contínua ou (ii) avaliação final. Em qualquer destes, o estudante obterá aproveitamento se tiver classificação final igual ou superior a 10 valores. O modelo de avaliação contínua é aquele que decorre ao longo do período de aulas e reflete uma permanente interação entre docente e estudante, convergente com o modelo pedagógico do IPAM para o EaD, pois assume que os métodos de avaliação devem ser valorizados ao longo do processo de ensino e aprendizagem.

No regime de avaliação contínua será valorizada a avaliação formativa que permitirá acompanhar e, se necessário, ajustar o percurso do estudante, e a avaliação sumativa que permitirá avaliar a aquisição dos objetivos da UC. Assume-se uma assiduidade mínima de 70% nas aulas síncronas, bem como uma interação mínima de 70% com as atividades assíncronas. Este cumprimento será verificado diretamente através das ferramentas analytics do LMS.

A avaliação contínua pressupõe três elementos:

i) Participação, medida em função da regularidade e tempo útil nas atividades propostas no período de aulas, assim como do cumprimento das datas estabelecidas para a realização das atividades. O estudante deverá ter uma classificação mínima de 8 valores, contabilizando 20% da nota final.

ii) Avaliação sumativa intermédia, por atividades propostas pelo docente ao longo do período de aulas. Nestas, o estudante deverá ter uma classificação mínima de 8 valores, contabilizando 40% da nota final. Este elemento será composto por:

ii.a) Trabalho Individual: identificar as 7 características que considera importante num líder e fazer uma autoavaliação do grau de competência atual em cada uma.

iii) Avaliação sumativa final, composta por atividades propostas pelo docente no decorrer da época de avaliação (após o período de aulas). De forma a garantir a fiabilidade e autoria das respostas será utilizado o LockDown Browser.

Nestas, o estudante deverá ter uma classificação mínima média de 8 valores, contabilizando 40% da nota final. Este elemento será composto por:

iii.a) uma prova escrita e/ou teórica

iii.b) Trabalho de Grupo: escolher uma equipa de sucesso continuado na área empresarial, desportiva, artística, etc. A análise ao sucesso da equipa deverá ter por base o conteúdo que foi trabalhado em aula A apresentação do trabalho deverá ser em vídeo (com recurso a outros meios) e ter todos os membros do grupo envolvidos.

Por fim, o regime de avaliação final ocorre após o período de aulas e incidirá sobre todos os conteúdos lecionados na UC. De forma a garantir a fiabilidade e autoria das respostas será utilizado o LockDown Browser. Serão admitidos à avaliação final os estudantes que optem por esta opção, bem como os que não obtiverem aprovação na avaliação contínua. Nestas, o estudante deverá ter uma classificação mínima de 10 valores. Este elemento será composto por:

a) uma prova escrita e/ou teórica.

4.4.8. Assessment:

The evaluation process includes the following regimes: (i) continuous evaluation or (ii) final evaluation. In any of these schemes, the student will be successful if they have a final grade equal to or greater than 10 points. The continuous assessment model is the one that takes place throughout the class period and reflects a permanent interaction between teacher and student, convergent with the pedagogical model of the IPAM's for distance education, as it assumes that assessment methods should be valued throughout the teaching and learning process.

In the ongoing assessment system, formative assessment that will allow monitoring and, if necessary, adjusting the student's path, and the summative assessment that will allow evaluating the acquisition of the CU objectives will be valued. A minimum attendance of 70% in synchronous classes is assumed, as well as a minimum interaction of 70% in asynchronous activities. This compliance will be verified directly through the LMS analytics tools.

Continuous assessment presupposes three elements:

i) Participation, measured in terms of regular and timely participation in the activities proposed during the class period, as well as compliance with the dates established for carrying out the activities. The student must have a minimum classification of 8 values, accounting for 20% of the final grade.

ii) Intermediate summative assessment, consisting of activities proposed by the teacher throughout the class period. In these, the student must have a minimum classification of 8 values, accounting for 40% of the final grade. This element will consist of:

a) Individual work: identify the 7 characteristics that you consider important in a leader and make a self-assessment of the current level of competence in each one.

iii) Final summative assessment, consisting of activities proposed by the teacher during the assessment period (after the class period). To guarantee reliability and authoritative answers, the LockDownBrowser will be used. In these, the student must have a minimum average classification of 8 values, accounting for 40% of the final grade. This element will consist of:

a) a written and/or theoretical test.

b) Group Work: choose a team with continued success in the business, sports, artistic areas, etc. The analysis of the team's success should be based on the content that was worked on in class. The presentation of the work should be on video (using other means) and have all members of the group involved.

Finally, the final evaluation regime takes place after the class period and will focus on all content taught in the CU. To guarantee reliability and authoritative answers, the LockDownBrowser will be used. Students who opt for this option will be admitted to the final assessment, as well as those who do not pass the continuous assessment. In these, the student must have a minimum classification of 10 values. This element will consist of:

a) a written and/or theoretical test

4.4.9. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

Os objetivos de conhecimento são alcançados com o domínio dos conceitos. Muito associado ao saber, nesta unidade curricular o C1 (Demonstrar a aplicação de métodos e técnicas de animação de grupos e equipas) contarão com uma metodologia mais expositiva para, através do recurso da oralidade e do papel passivo do estudante, o ensino-aprendizagem tenha sucesso e o conhecimento que servirá de base para o entendimento de toda a UC seja construído. Neste contexto, é adequada a execução de aulas virtuais assíncronas e sessões de tutoria síncrona, além da recomendação e fomento da leitura de obras científicas e case study sobre o assunto em pauta.

O objetivo AP1 de conhecer o processo de desenvolvimento de equipas de trabalho será alcançado por meio de exercícios de simulação, os quais são construídos a partir de situações reais do funcionamento dos grupos de trabalho em organizações concretas. Através de uma metodologia demonstrativa, também serão discutidos casos de estudo e utilizados recursos digitais como o podcast e vídeos.

Finalmente, os objetivos de atitude AT1 (desenvolver competências transversais importantes para o mercado de trabalho atual) e AT2 (desenvolver competências de trabalho em equipa, que permitam a maximização do desempenho dos grupos na resolução de tarefas concretas), terão a aprendizagem interrogativa como recurso principal. Aqui os alunos entrarão em contacto com diferentes formas de agir diante de distintos fenómenos e acontecimentos, onde, por meio de formulação de hipóteses os alunos serão levados a identificar possíveis causas para uma problematização trazida pelo docente e respetivas soluções. Aqui, o docente assumirá o papel de tutor do conhecimento.

4.4.9. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

Knowledge objectives are achieved with the mastery of concepts. Very associated with knowledge, in this curricular unit the C1 (Demonstrate the application of methods and techniques of animation of groups and teams) will have a more expository methodology for, through the use of orality and the passive role of the student, teaching-learning has success and the knowledge that will serve as a basis for understanding the entire UC is built. In this context, the execution of asynchronous virtual classes and synchronous tutoring sessions is well suited, as well as the recommendation and encouragement of reading scientific works and case studies on the subject at hand.

The objective AP1 of knowing the process of developing work teams will be achieved through simulation exercises, which are built from real situations in the functioning of workgroups in concrete organizations. Through a demonstrative methodology, case studies will also be discussed and digital resources such as podcasts and videos will be used.

Finally, the AT1 (develop transversal skills important for the current labor market) and AT2 (develop teamwork skills that allow the maximization of group performance in solving specific tasks) attitude goals will have questioning learning as a resource main. Here, students will come into contact with different ways of acting on different phenomena and events, where, through the formulation of hypotheses, students will be led to identify possible causes for a problematization brought by the teacher and respective solutions. Here, the teacher will assume the role of knowledge tutor.

4.4.10. Bibliografia de consulta/existência obrigatória e outros recursos de aprendizagem específicos para EaD:

- Blanchard, K. (2019). Liderança de alto nível: como criar e liderar organizações de alto desempenho. Porto Alegre: Bookman.*
- Cunha, M.P., Campos, R.C., Rego, A., Neves, P., & Cabral-Cardoso, C. (2016). Manual de comportamento organizacional (8ª ed). Lisboa: Editora RH.*
- Fachada, O. (1998). Psicologia das relações interpessoais (2ªed.). Camarate: Rumo.*
- Forsyth, D. R. (2018). Group dynamics (17ª ed). Belmont: Cengage Learning.*
- Neves, J.(2001). O processo de liderança. In J.M.Carvalho Ferreira, J. Neves, & A. Caetano (Ed.), Manual de Psicossociologia das Organizações (cap.14). Lisboa, Ed. Mc Graw Hill.*
- Neves, J., & Ferreira, J.M.C (2001). Poder, conflito e negociação. In J.M.Carvalho Ferreira, J. Neves, & A. Caetano (Ed.), Manual de Psicossociologia das Organizações (cap.14). Lisboa, Ed. Mc Graw Hill.*
- Passos, A. (2001). Grupos e equipas de trabalho. In J.M.Carvalho Ferreira, J. Neves, & A. Caetano (Ed.), Manual de Psicossociologia das Organizações (cap.14). Lisboa, Ed. Mc Graw Hill.*

Mapa IV - Metodologia de Investigação**4.4.1.1. Designação da unidade curricular:**

Metodologia de Investigação

4.4.1.1. Title of curricular unit:

Research Methodology

4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:

MP

4.4.1.3. Duração(1):

Semestral

4.4.1.4. Horas de trabalho(2):

150

4.4.1.5.1 Horas de contacto assíncrono a distância(3):

T-28;

4.4.1.5.2 Horas de contacto síncrono a distância(3):

TP-23;

4.4.1.5.3 Horas de contacto presencial(3):

<sem resposta>

4.4.1.6. ECTS:

6

4.4.1.7. Observações(4):

Esta UC tem como objetivo familiarizar os estudantes com os conceitos, conhecimentos, métodos e técnicas fundamentais para investigações de natureza científica, que servirão de alicerces ao seu percurso intelectual e académico. Alia aspetos teóricos e conceituais a uma grande vertente prática, através na realização de várias tarefas de investigação ao longo do semestre. É particularmente útil para a sua trajetória ao longo da licenciatura, fornecendo ferramentas metodológicas que permitem a realização de trabalhos de investigação.

É uma UC de tipologia Research e irá relacionar-se com os objetivos AP1, AP2 e AT2 do CE. Neste contexto, 30% das horas desta UC serão dedicadas a demonstrar habilidades analíticas para melhor tomada de decisão (AP1), 10% para identificar métodos e técnicas de marketing para utilização estratégica (AP2) e 60% para desenvolver valor organizacional com qualidade, rigor científico e ética (AT2).

4.4.1.7. Observations:

This CU aims to familiarize students with the fundamental concepts, knowledge, methods, and techniques for investigations of a scientific nature, which will serve as the foundation for their intellectual and academic path. It combines theoretical and conceptual aspects with a great practical aspect, through the carrying out of various research tasks throughout the semester. It is particularly useful for your trajectory throughout your degree, providing methodological tools that allow you to carry out research work.

It is a CU of Research typology and will relate to the objectives AP1, AP2, and AT2 of the CE. In this context, 30% of the hours of this UC will be dedicated to demonstrating analytical skills for better decision making (AP1), 10% to identifying marketing methods and techniques for strategic use (AP2), and 60% to develop organizational value with quality, rigor scientific and ethical (AT2).

4.4.2.Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):*Mafalda Cristina de Oliveira Pinto Coelho Nogueira - 23 horas***4.4.3.Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:**

<sem resposta>

4.4.4.Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o ensino a distância (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):*C1. Distinguir conhecimento de senso comum de conhecimento científico.**C2. Analisar diferentes opções metodológicas adequadas a diferentes tipos de questões e objetivos de investigação.**C3. Conhecer diferentes instrumentos de recolha de dados/informação.**Ap1. Construir uma questão de investigação articulando-as com os objetivos, hipóteses e teoria.**Ap2. Dominar as ferramentas informáticas que auxiliam a pesquisa bibliográfica.**Ap3. Construir fichas de leitura que auxiliam o desenvolvimento de um racional teórico coerente, enquadrado na investigação mais atual e relevante.**Ap4. Compreender as regras citação e de redação de referências bibliográficas de acordo com o tipo de documento e com o modelo mais usado em ciências sociais.**Ap5. Conceber e articular todas as componentes de um trabalho científico de forma clara, coerente e rigorosa.**At1. Desenvolver competências de relacionamento e colaboração com diferentes interlocutores no contexto da Investigação Científica***4.4.4.Intended learning outcomes and respective compatibility with distance learning (knowledge, skills and competences to be developed by the students):***C1.Distinguish common sense knowledge from scientific knowledgeC2.Analyze different methodological options suited to different types of questions and research objectives**C3.Know different data/information collection instrumentsAp1.Build a research question articulating them with the objectives, hypotheses, and theoryAp2.Mastering the computer tools that help bibliographic researchAp3.Build reading sheets that help develop a coherent theoretical rationale, framed in the most current and relevant researchAp4.Understand the citation and writing rules of bibliographic references according to the type of document and the most used model in social sciencesAp5.Design and articulate all the components of scientific work in a clear, coherent, and rigorous way.**At1.Develop relationship and collaboration skills with different interlocutors in the context of Scientific ResearchAt1.To develop relationship and collaboration skills with different interlocutors within the context of Scientific Research***4.4.5.Conteúdos programáticos:***1. Investigação científica**1.1. Definição**1.2. Conhecimento de senso comum e conhecimento científico**2. Questão de investigação**2.1. Relação com objetivos, hipóteses e teoria.**3. Pesquisa bibliográfica com recurso a ferramentas informáticas**3.1. Google Scholar**3.2. B-On**4. Pesquisa em fontes de dados estatísticos**5. O racional teórico: Construção de fichas de leitura.**6. Regras de citação de trabalhos científicos com recurso a ferramentas informáticas**7. Metodologias de investigação**7.1. Descritiva,**7.2. Correlacional**7.3. Não experimental**7.4. Quase-experimental**7.5. Experimental**8. Construção de instrumentos de recolha de dados**8.1. Questionários**8.2. Entrevistas**9. Resultados de investigação**9.1. Apresentação, interpretação e implicações dos resultados de investigação**10. Conceção de um trabalho científico e trabalho de cooperação entre investigadores*

4.4.5.Syllabus:**1. Scientific research****1.1. Definition****1.2. Common knowledge and scientific knowledge****2. Research question****2.1. Association with objectives, hypothesis and theory.****3. Literature review using information technology****3.1. Google Scholar****3.2. B-On****4. Statistical data sources****5. The theoretical rationale: Construction of reading guidelines.****6. Rules of citation of scientific papers using computer tools****7. Research methodologies****7.1. Descriptive****7.2. Correlational****7.3. Non experimental****7.4. Quasi-experimental,****7.5. Experimental.****8. Design of instruments to collect data****8.1. Questionnaires****8.2. Interviews****9. Research results****9.1. Presentation, interpretation and implications of the research results****10. Conceiving a scientific work and cooperation between stakeholders****4.4.6.Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:**

O objetivo C1 será trabalhado no ponto 1. sobre definição e conhecimento de senso comum e conhecimento científico. O objetivo C2 será trabalhado no ponto 7. O C3 refere-se a conhecer diferentes instrumentos de recolha de dados/informação, e será abordado no ponto 8. O AP1 (construir uma questão de investigação e analisar de que forma esta se articula com os objetivos, hipóteses e teoria) será trabalhado no ponto 2. O AP2, que consiste em dominar as ferramentas informáticas que auxiliam a pesquisa bibliográfica relaciona-se com os pontos 3 e 4. O Ap3 consiste em aprender a construir fichas de leitura que auxiliam o desenvolvimento de um racional teórico coerente, e está relacionado com o ponto 5. No que concerne à aprendizagem relacionada com a correcta referenciação bibliográfica (Ap4), será trabalhado no ponto 6. O AP5 relacionado com o desenvolvimento de aptidões e competências trabalha-se nos pontos 9 e 10. O At1 sendo abordado no ponto 10.

4.4.6.Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

Objective C1 will be worked on in point 1. on definition and knowledge of common sense and scientific knowledge. Objective C2 will be worked on in point 7. C3 refers to knowing different data/information collection instruments and will be addressed in point 8. O AP1 (to build a research question and analyze how it articulates with the objectives, hypotheses, and theory) will be worked on in point 2. AP2, which consists of mastering the computer tools that help bibliographic research, is related to points 3 and 4. Ap3 consists of learning to build reading sheets that help the development of a coherent theoretical rationale and is related to point 5. About learning related to correct bibliographic referencing (Ap4), it will be worked on in point 6. The AP5 related to the development of skills and competencies work in points 9 and 10. The At1 is addressed in point 10.

4.4.7.Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico (com indicação do número de estudantes por turma/grupo para as tipologias de horas de contacto relevantes, e com referência aos meios materiais e tecnológicos utilizados em cada tipologia):

1. De forma a cumprir o modelo pedagógico do IPAM, na etapa I, será utilizada uma sessão de tutoria para certificar que os estudantes se familiarizam com o LMS. Na etapa II serão utilizados fóruns virtuais para que os estudantes socializem entre si. Na etapa III os estudantes aprendem a ir em busca do conhecimento através de repositórios de referências, livro digital e aulas virtuais. Na etapa IV será exigido aos estudantes maior trabalho autónomo com base em apresentações orais e resolução de problemas/exercícios. Por último, na etapa V, os estudantes serão avaliados na sua capacidade de aplicação do conhecimento, através de Quizzes, Case-Studies, Fórum virtual e uma Prova de Avaliação.

2. As atividades de natureza formativa síncrona são:

**Aulas virtuais, com uma interação síncrona lecionada pelo docente através do campus virtual. Estas sessões são gravadas permitindo aos estudantes assistirem posteriormente, de forma assíncrona;*

**Sessões de tutoria em grupo, com liderança partilhada entre estudantes e docente, que visam a orientação do estudo ou o esclarecimento de dúvidas. Os estudantes devem trazer os seus outputs intermédios de estudo/trabalho para*

serem alvo de feedback docente.

3. As atividades de natureza formativa assíncrona são:

*Artigo/obra científica, que são documentos científicos fornecidos aos estudantes para aquisição ou aprofundamento de um determinado conteúdo;

*Livro digital, que é um objeto multimídia que disponibiliza conteúdos de leitura em formato de livro digital. É graficamente apelativo, interativo e pode incluir imagens, vídeos, links, entre outros elementos;

*Fórum virtual, que é um local de debate sobre conteúdos diretamente relacionados com a UC, lançados pelo docente ou pelos estudantes. Pode ser feito formalmente no campus virtual ou informalmente num grupo de WhatsApp. Tem como objetivo fomentar a reflexão e comunicação entre estudantes. Podem ser lançados conteúdos científicos ou notícias pertinentes.

4.4.7. Specific teaching methodologies of the curricular unit and their link with the pedagogical model (point out the number of students per class/group to the types of relevant contact hours, with reference to the material and technological facilities used in each typology):

1. To comply with the pedagogical model of the IPAM, in step I, a tutoring session will be used to make sure that students are familiarized with the LMS. In step II, virtual forums will be used for students to socialize with each other. III students learn to go in search of knowledge through reference repositories, digital books, and virtual classes. In step IV students will be required to do more autonomous work based on oral presentations and problem-solving/exercises. Finally, in step V, students will be assessed on their ability to apply knowledge, through Quizzes, Case-Studies, Virtual forum and an Assessment Test.

2. The activities of a synchronous formative nature are:

*Virtual classes, with a synchronous interaction taught by the teacher through the virtual campus. These sessions are recorded allowing students to watch later, asynchronously;

*Group tutoring sessions, with shared leadership between students and teacher, aimed at guiding the study or clarifying doubts. Students must bring their intermediate study/work outputs to be the target of teacher feedback.

3. The activities of an asynchronous formative nature are:

*Article/scientific work, which are scientific documents provided to students for the acquisition or deepening of certain content;

*Digital book, which is a multimedia object that provides reading content in digital book format. It is graphically appealing, interactive, and can include images, videos, links, among other elements;

*Virtual forum, which is a place for debate on content directly related to CU, launched by the teacher or students. It can be done formally on the virtual campus or informally in a WhatsApp group. It aims to encourage reflection and communication among students. Scientific content or relevant news may be released.

4.4.8. Avaliação:

O processo de avaliação contempla os seguintes regimes: (i) avaliação contínua ou (ii) avaliação final. Em qualquer destes regimes, o estudante obterá aproveitamento se tiver classificação final igual ou superior a 10 valores. O modelo de avaliação contínua é aquele que decorre ao longo do período de aulas e reflete uma permanente interação entre docente e estudante, convergente com o modelo pedagógico do IPAM para o EaD, pois assume que os métodos de avaliação devem ser valorizados ao longo do processo de ensino e aprendizagem.

No regime de avaliação contínua será valorizada a avaliação formativa que permitirá acompanhar e, se necessário, ajustar o percurso do estudante, e a avaliação sumativa que permitirá avaliar a aquisição dos objetivos da UC.

Assume-se uma assiduidade mínima de 70% nas aulas síncronas, bem como uma interação mínima de 70% com as atividades assíncronas. Este cumprimento será verificado diretamente através das ferramentas analytics do LMS.

A avaliação contínua pressupõe três elementos:

i) Participação, medida em função da sua participação regular e em tempo útil nas atividades propostas no período de aulas, assim como do cumprimento das datas estabelecidas para a realização das atividades. O estudante deverá ter uma classificação mínima de 8 valores, contabilizando 20% da nota final.

ii) Avaliação sumativa intermédia, composta por atividades propostas pelo docente ao longo do período de aulas.

Nestas, o estudante deverá ter uma classificação mínima de 8 valores, contabilizando 40% da nota final. Este elemento será composto por:

ii.a) brainstormings individuais.

iii) Avaliação sumativa final, composta por atividades propostas pelo docente no decorrer da época de avaliação (após o período de aulas). De forma a garantir a fiabilidade e autoria das respostas será utilizado o LockDown Browser.

Nestas, o estudante deverá ter uma classificação mínima média de 8 valores, contabilizando 40% da nota final. Este elemento será composto por:

iii.a) uma prova escrita e/ou teórica

iii.b) Apresentação do relatório de pesquisa com a justificação da metodologia.

Por último, o regime de avaliação final ocorre exclusivamente após o período de aulas e incidirá sobre todos os conteúdos lecionados na UC. De forma a garantir a fiabilidade e autoria das respostas será utilizado o LockDown Browser. Serão admitidos à avaliação final os estudantes que optem por esta opção, bem como aqueles que não tenham obtido aprovação no regime de avaliação contínua. Nestas, o estudante deverá ter uma classificação mínima de 10 valores. Este elemento será composto por:

a) uma prova escrita e/ou teórica.

4.4.8.Assessment:

The evaluation process includes the following regimes: (i) continuous evaluation or (ii) final evaluation. In any of these schemes, the student will be successful if they have a final grade equal to or greater than 10 points. The continuous assessment model is the one that takes place throughout the class period and reflects a permanent interaction between teacher and student, convergent with the pedagogical model of the IPAM for distance education, as it assumes that assessment methods should be valued throughout the teaching and learning process.

In the ongoing assessment system, formative assessment that will allow monitoring and, if necessary, adjusting the student's path, and the summative assessment that will allow evaluating the acquisition of the CU objectives will be valued. A minimum attendance of 70% in synchronous classes is assumed, as well as a minimum interaction of 70% in asynchronous activities. This compliance will be verified directly through the LMS analytics tools.

Continuous assessment presupposes three elements:

i) Participation, measured in terms of regular and timely participation in the activities proposed during the class period, as well as compliance with the dates established for carrying out the activities. The student must have a minimum classification of 8 values, accounting for 20% of the final grade.

ii) Intermediate summative assessment, consisting of activities proposed by the teacher throughout the class period. In these, the student must have a minimum classification of 8 values, accounting for 40% of the final grade. This element will consist of:

iii.a) individual brainstormings.

iii) Final summative assessment, consisting of activities proposed by the teacher during the assessment period (after the class period). To guarantee reliability and authoritative answers, the LockDownBrowser will be used. In these, the student must have a minimum average classification of 8 values, accounting for 40% of the final grade. This element will consist of:

iii. a) a written and/or theoretical test

iii.b) Presentation of the research report with the justification of the methodology.

Finally, the final evaluation regime occurs exclusively after the class period and will focus on all content taught in the CU. To guarantee reliability and authoritative answers, the LockDownBrowser will be used. Students who opt for this option will be admitted to the final assessment, as well as those who have not passed the continuous assessment scheme. In these, the student must have a minimum classification of 10 values. This element will consist of:

a) a written and/or theoretical test;

4.4.9.Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

Os objetivos C1, C2 e C3 serão desenvolvidos através de uma metodologia de ensino expositiva que consiste na exposição oral de informações, saber ou conteúdos em que o estudante tem um papel mais passivo. É um método indispensável no processo de ensino-aprendizagem, contudo, será complementado com os outros métodos. Neste âmbito, serão utilizadas as atividades formativas síncronas de aula virtual e sessão de tutoria, e as assíncronas de artigo/obra científica, podcast e fórum virtual.

O objectivo Ap1 será desenvolvido através de uma metodologia de ensino interrogativa, recorrendo às actividades formativas síncronas de aula virtual, e assíncronas de fórum virtual. Os objectivos Ap2, Ap3 e Ap4 serão desenvolvidos através de uma metodologia de ensino demonstrativa que consiste na forma de transmissão de conhecimentos que utiliza simultaneamente a explicação e a demonstração. O docente ensina a execução de um procedimento, tendo por base a demonstração. Neste âmbito, serão utilizadas as atividades formativas assíncronas de artigo/obra científica e simulação. O Ap5 será desenvolvido através de uma metodologia de ensino ativa que consiste num método de ensino-aprendizagem em que o estudante tem um papel ativo na procura do conhecimento e o docente tem, fundamentalmente, um papel de dinamizador. Neste âmbito, serão utilizadas as atividades formativas síncronas de tutoria e laboratório digital, e sessões assíncronas de podcast, simulação e fórum virtual.

O At1 irá ser desenvolvido através de uma metodologia de ensino interrogativo que consiste na utilização da interrogação e da formulação de questões que conduzem os estudantes a encontrar soluções e os conhecimentos pretendidos. Neste âmbito, serão utilizadas as atividades formativas síncronas de tutoria e sessões assíncronas de fórum virtual.

4.4.9.Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

The objectives C1, C2 and C3 will be developed through an expository teaching methodology that consists of the oral presentation of information, know or contents in which the student has more passive role. It is an indispensable method in the teaching-learning process, however, it will be complemented with the other methods. In this context, the synchronous formative activities of virtual classes and tutoring sessions, and asynchronous scientific articles/works, podcasts and virtual forums will be used.

The objective Ap1 will be developed through an interrogative teaching methodology. Here, synchronous educational activities such as virtual class, and asynchronous activities (virtual forum) will be used. The objectives Ap2, Ap3 and Ap4 will be developed through a demonstrative teaching methodology, which consists in knowledge acquisition by explanation and demonstration. The professor teaches the execution of a procedure by demonstrating it. Here, asynchronous activities such as article/scientific work and simulation are used. The Ap5 will be developed through an active teaching methodology that consists of a teaching-learning method in which the student has an active role in the search for knowledge and the teacher has, fundamentally, a role of dynamizer. In this context, synchronous training activities of tutoring and digital laboratory, and asynchronous sessions of podcast, simulation and virtual forum will be used.

The objective to develop relationship and collaboration skills with different interlocutors within the context of Research Methods (At1) will be developed through an interrogative teaching methodology that consists of using interrogation and the formulation of questions that lead students to find solutions and the desired knowledge. In this context, synchronous training activities of tutoring and asynchronous sessions of a virtual forum will be used.

4.4.10. Bibliografia de consulta/existência obrigatória e outros recursos de aprendizagem específicos para EaD:

APA (2020). *Publication Manual of the American Psychological Association*. USA: American Psychological Association.
 Bell, J. (2010). *Como realizar um projecto de investigação*. (5.ª ed.). Lisboa: Gradiva.
 Blaikie, N. (2003). *Designing social research: the logic of anticipation*. Cambridge: Polity Press.
 Bryman, A. (2016). *Social research methods (5th ed.)*. Oxford: Oxford University Press.
 Creswell, J. (2009). *Research design: Qualitative, quantitative and mixed methods approaches*. USA: SAGE
 Fortin, M. F. (2009). *O processo de investigação. Da concepção à realização*. (5ª ed.) Loures: Lusociência.
 Ketele, J. M. (1999). *Metodologia da Recolha de Dados*. Lisboa: Instituto Piaget.
 Loseke, D. R. (2017). *Methodological thinking: basic principles of social research design (2nd ed.)*. Los Angeles: Sage.
 Magalhães, M. & Hill, A. (2002). *Investigação por questionário (2.ª ed. rev. e corr.)*. Lisboa: Sílabo.
 Quivy, R. & Campenhoudt, L. V. (2008). *Manual de Investigação em Ciências Sociais*. Lisboa: Gradiva.

Mapa IV - Marketing Operacional**4.4.1.1. Designação da unidade curricular:***Marketing Operacional***4.4.1.1. Title of curricular unit:***Operational Marketing***4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:***MP***4.4.1.3. Duração(1):***Semestral***4.4.1.4. Horas de trabalho(2):***150***4.4.1.5.1 Horas de contacto assíncrono a distância(3):***T-28;***4.4.1.5.2 Horas de contacto síncrono a distância(3):***TP-23;***4.4.1.5.3 Horas de contacto presencial(3):***<sem resposta>***4.4.1.6. ECTS:***6***4.4.1.7. Observações(4):**

Esta UC faz parte do 2 semestre e tem tipologia aplicativa. É uma UC que consolida a base de marketing para que o estudante consiga perceber a área que irá aprender a gerir, durante todo o CE. Ajuda, ainda, a cumprir os objetivos C1, C2, AP1, AP2 e AT2 do ciclo de estudos. Respetivamente e em específico, 40% das horas de trabalho será para identificar os conceitos e técnicas de gestão de marketing, outros 20% para aplicar os aspetos da gestão de organizações no marketing, outros 10% para demonstrar habilidades analíticas para melhor tomada de decisão, 20% identificar métodos e técnicas de marketing para utilização estratégica e, por fim, 10% será para desenvolver valor organizacional com qualidade, rigor científico e ética.

4.4.1.7. Observations:

This CU is part of the 2nd semester and has an applicative typology. It is a UC that consolidates the marketing base so that students can understand the area they will learn to manage, throughout the SC. It also helps to fulfill the objectives K1, K2, AP1, AP2, and AT2 of the study cycle. Respectively and specifically, 40% of the working hours will be to identify the concepts and techniques of marketing management, another 20% to apply aspects of managing organizations in marketing, another 10% to demonstrate analytical skills for better decision making, 20% identify marketing methods and techniques for strategic use and, finally, 10% will be to develop organizational value with quality, scientific rigor, and ethics.

4.4.2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):*Karla Karina de Oliveira Menezes; 23h*

4.4.3.Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:*<sem resposta>***4.4.4.Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o ensino a distância (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):**

- C1. Analisar o(s) mercado(s) alvo.*
- C2. Explicar o esforço de Marketing dentro de uma organização*
- AP1. Planificar no âmbito do marketing.*
- AP2. Identificar e manipular os elementos do marketing-mix.*
- AT1. Desenvolver a diferenciação e a segmentação.*
- AT2. Decidir qual o posicionamento.*

4.4.4.Intended learning outcomes and respective compatibility with distance learning (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

- K1. Analyze the target market(s).*
- K2. Explain the Marketing Effort within an Organization*
- AP1. Planning within the marketing scope.*
- AP2. Identify and manipulate the elements of the marketing mix.*
- AT1. Develop differentiation and segmentation.*
- AT2. Decide which placement.*

4.4.5.Conteúdos programáticos:

- 1. Marketing estratégico e Marketing Operacional*
- 1.1 A estratégia da empresa e a Estratégia de Mercado*
- 1.2 Da ideia de Produto/serviço ao Mercado e ao Consumidor*

- 2. Segmentação do mercado*
- 2.1 Níveis e modelo de segmentação*
- 2.2 Segmentação dos mercados de consumidores e empresarial*
- 2.3 Seleção do mercado alvo*

- 3. Posicionamento da Oferta*
- 3.1 A diferenciação*
- 3.2 O Posicionamento*
- 3.2.1 Os suportes de um posicionamento*
- 3.2.1 Formulação do posicionamento*

- 4. O marketing-mix*
- 4.1 Produto e Mix de Produtos*
- 4.2 Decisões de Linhas de Produtos*
- 4.3 A formulação de Preços*
- 4.4 As estratégias de Preço*
- 4.5 A função dos canais de distribuição*
- 4.6 As decisões ao nível dos canais de distribuição*
- 4.7 A função dos canais de distribuição*

- 5. Gerir o esforço de marketing*
- 5.1 A organização de Marketing*

4.4.5.Syllabus:

- 1. Strategic Marketing and Operational Marketing*
- 1.1 The company's strategy and the Market Strategy*
- 1.2 From the idea of Product/service to the Market and the Consumer*

- 2. Market segmentation*
- 2.1 Levels and segmentation model*
- 2.2 Segmentation of consumer and business markets*
- 2.3 Selection of the target market*

- 3. Positioning of the Offer*
- 3.1 The differentiation*
- 3.2 The Positioning*
- 3.2.1 The supports of a placement*
- 3.2.2 Positioning formulation*

- 4. The marketing-mix*
- 4.1 Product and Product Mix*
- 4.2 Product Line Decisions*
- 4.3 The formulation of prices*

4.4 Pricing Strategies

4.5 The role of distribution channels

4.6 Decisions at the level of distribution channels

4.7 The role of distribution channels

5. Manage the marketing effort

5.1 The Marketing Organization

4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

O objetivo C1 de analisar o(s) mercado(s) alvo será desenvolvido por meio dos conteúdos 1, 2 e 3 desta unidade curricular. O objetivo C2 de explicar o esforço de Marketing dentro de uma organização, pelos conteúdos 4 e 5. Já o objetivo de aptidão AP1, de planificar no âmbito do marketing é transversal a todos os conteúdos da UC. O objetivo AP2 de identificar e manipular os elementos do marketing-mix, será alcançado por meio do conteúdo 4, em específico. Por fim, os objetivos AT1 de desenvolver a diferenciação e a segmentação será operacionalizado pelos conteúdos 1 e 2 e o AT2, de decidir qual o posicionamento, pelo conteúdo 3.

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The K1 objective of analyzing the target market(s) will be developed through contents 1, 2, and 3 of this curricular unit. The K2 objective of explaining the Marketing effort within an organization, through contents 4 and 5. The AP1 aptitude objective, of planning within the scope of marketing, is transversal to all the contents of the CU. The AP2 objective of identifying and manipulating the elements of the marketing mix will be achieved through content 4, specifically. Finally, AT1's objectives of developing differentiation and segmentation will be operationalized by content 1 and 2 and AT2 to decide which positioning, by content 3.

4.4.7. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico (com indicação do número de estudantes por turma/grupo para as tipologias de horas de contacto relevantes, e com referência aos meios materiais e tecnológicos utilizados em cada tipologia):

A fim de tornar possível cumprir o modelo pedagógico do ciclo de estudos (composto por 5 etapas), serão utilizadas tutorias e vídeo aulas na etapa I. Da etapa II a IV serão dispostas metodologias que permitam não somente a socialização do estudante, como também garantirá a segurança e os recursos de que ele precisa para construir o conhecimento no ensino a distância. Assim, o docente assume, de início, um papel mais ativo, sendo, por fim, um e-moderador de atividades colaborativas e integradoras, como role-play, fóruns de discussão, leituras construtivas de obras científicas, que irão preparar o estudante para a etapa V, a avaliativa, por meio da construção de um plano de ação, com vistas a aplicação e consolidação do conhecido desenvolvido na unidade curricular. Assim, a UC contará com encontros síncronos e assíncronos, descritos de seguida.

As aulas teóricas assíncronas terão:

-Lição Estúdio, utilizado para a introdução da UC.

-Sessões virtuais assíncronas, previamente gravadas.

-Gamificação: recurso a um ambiente com pacote de perguntas, além de metas, regras e sistemas de feedbacks em que os alunos irão visitar conceitos importantes lecionados anteriormente.

-Peer Instruction: em que o ponto central é a interação com os alunos, tendo em vista o seu envolvimento com o estudo e conteúdo, além de melhorar o desempenho. Aqui, o objetivo é mudar a dinâmica da sala de aula para que os alunos se ajudem mutuamente na compreensão dos conceitos e depois sejam guiados pelo professor na melhoria desta aprendizagem através de questões guiadas.

Nas aulas teórico-práticas síncronas terão:

-Aula digital: sessão síncrona lecionada e gravada pelo professor no LMS.

No trabalho autónomo, os estudantes realizarão:

-Preparação para o Peer Instruction: fase preparatória em que realizam leituras pré-aula, já apropriados do material necessário para a aplicação na aula síncrona.

Relatórios/Papers: atividade em que se analisa um problema a partir de diferentes perspetivas, incorporando um juízo crítico por parte do estudante/estudantes sobre os conteúdos da unidade curricular.

4.4.7. Specific teaching methodologies of the curricular unit and their link with the pedagogical model (point out the number of students per class/group to the types of relevant contact hours, with reference to the material and technological facilities used in each typology):

To make it possible to comply with the pedagogical model of the study cycle (composed of 5 stages), tutorials and video classes will be used in stage I. From stage II to IV, methodologies that allow not only the student's socialization but also guarantee the security and resources he needs to build knowledge in distance learning. Thus, the teacher assumes, at first, a more active role, being, finally, an e-moderator of collaborative and integrative activities, such as role-play, discussion forums, constructive readings of scientific works, which will prepare the student for stage V, evaluative, through the construction of an action plan, to apply and consolidate the knowledge developed in the curricular unit. Thus, the CU will have synchronous and asynchronous meetings, described below.

Asynchronous theoretical classes will have:

-Studio Lesson, used for the introduction of CU.

-Asynchronous virtual sessions, previously recorded.

-Gamification: a resource to an environment with a package of questions, in addition to goals, rules, and feedback systems in which students will revisit important concepts previously taught.

In the synchronous theoretical-practical classes they will have:

-Virtual Peer Instruction: in which the central point is the interaction with the students, with a view to their involvement with the study and content, in addition to improving performance. Here, the objective is to change the dynamics of the classroom so that students help each other in understanding the concepts and then be guided by the teacher in

improving this learning through guided questions.

Synchronous theoretical-practical classes will have:

-Digital class: synchronous session taught and recorded by the teacher in the LMS.

In autonomous work, students will:

-Preparation for Peer Instruction: preparatory phase in which they carry out pre-class readings, already appropriated of the material needed for application in the synchronous class.

Reports/Papers: activity in which a problem is analyzed from different perspectives, incorporating a critical judgment by the student/students on the contents of the curricular unit.

4.4.8.Avaliação:

O processo de avaliação contempla os seguintes regimes: (i) avaliação contínua ou (ii) avaliação final. Em qualquer destes, o estudante obterá aproveitamento se tiver classificação final igual ou superior a 10 valores. O modelo de avaliação contínua é aquele que decorre ao longo do período de aulas e reflete uma permanente interação entre docente e estudante, convergente com o modelo pedagógico do IPAM para o EaD, pois assume que os métodos de avaliação devem ser valorizados ao longo do processo de ensino e aprendizagem.

No regime de avaliação contínua será valorizada a avaliação formativa que permitirá acompanhar e, se necessário, ajustar o percurso do estudante, e a avaliação sumativa que permitirá avaliar a aquisição dos objetivos da UC.

Assume-se uma assiduidade mínima de 70% nas aulas síncronas, bem como uma interação mínima de 70% com as atividades assíncronas. Este cumprimento será verificado diretamente através das ferramentas analytics do LMS.

A avaliação contínua pressupõe três elementos:

i) Participação, medida em função da regularidade e tempo útil nas atividades propostas no período de aulas, assim como do cumprimento das datas estabelecidas para a realização das atividades. O estudante deverá ter uma classificação mínima de 8 valores, contabilizando 20% da nota final.

ii) Avaliação sumativa intermédia, por atividades propostas pelo docente ao longo do período de aulas. Nestas, o estudante deverá ter uma classificação mínima de 8 valores, contabilizando 40% da nota final. Este elemento será composto por:

ii.a) Peer Instruction Virtual por meio de questões dirigidas.

iii) Avaliação sumativa final, composta por atividades propostas pelo docente no decorrer da época de avaliação (após o período de aulas). De forma a garantir a fiabilidade e autoria das respostas será utilizado o LockDown Browser.

Nestas, o estudante deverá ter uma classificação mínima média de 8 valores, contabilizando 40% da nota final. Este elemento será composto por:

iii.a) uma prova escrita e/ou teórica

iii.b) Relatório individual/em grupo: plano de ação, com foco nas etapas de execução, para garantir que tudo o que foi estudado e analisado seja, de facto, aproveitado corretamente e os objetivos estipulados sejam alcançados, gerando os retornos esperados para a empresa ou equipa.

Por fim, o regime de avaliação final ocorre após o período de aulas e incidirá sobre todos os conteúdos lecionados na UC. De forma a garantir a fiabilidade e autoria das respostas será utilizado o LockDown Browser. Serão admitidos à avaliação final os estudantes que optem por esta opção, bem como os que não obtiverem aprovação na avaliação contínua. Nestas, o estudante deverá ter uma classificação mínima de 10 valores. Este elemento será composto por:

a) uma prova escrita e/ou teórica.

4.4.8.Assessment:

The evaluation process includes the following regimes: (i) continuous evaluation or (ii) final evaluation. In any of these schemes, the student will be successful if they have a final grade equal to or greater than 10 points. The continuous assessment model is the one that takes place throughout the class period and reflects a permanent interaction between teacher and student, convergent with the pedagogical model of the IPAM for distance education, as it assumes that assessment methods should be valued throughout the teaching and learning process.

In the ongoing assessment system, formative assessment that will allow monitoring and, if necessary, adjusting the student's path, and the summative assessment that will allow evaluating the acquisition of the CU objectives will be valued. A minimum attendance of 70% in synchronous classes is assumed, as well as a minimum interaction of 70% in asynchronous activities. This compliance will be verified directly through the LMS analytics tools.

Continuous assessment presupposes three elements:

i) Participation, measured in terms of regular and timely participation in the activities proposed during the class period, as well as compliance with the dates established for carrying out the activities. The student must have a minimum classification of 8 values, accounting for 20% of the final grade.

ii) Intermediate summative assessment, consisting of activities proposed by the teacher throughout the class period. In these, the student must have a minimum classification of 8 values, accounting for 40% of the final grade. This element will consist of:

ii.a) Virtual Peer Instruction through directed questions.

iii) Final summative assessment, consisting of activities proposed by the teacher during the assessment period (after the class period). To guarantee reliability and authoritative answers, the LockDownBrowser will be used. In these, the student must have a minimum average classification of 8 values, accounting for 40% of the final grade. This element will consist of:

iii. a) a written and/or theoretical test, to validate the knowledge acquired by the students and certify competencies .

iii.b) Individual/group report: action plan, focusing on the stages of execution, to ensure that everything that has been studied and analyzed is used correctly and the stipulated objectives are achieved, generating the expected returns for the company or team.

Finally, the final evaluation regime takes place after the class period and will focus on all content taught in the CU. To guarantee reliability and authoritative answers, the LockDownBrowser will be used. Students who opt for this option will be admitted to the final assessment, as well as those who do not pass the continuous assessment. In these, the student must have a minimum classification of 10 values. This element will consist of:

a) a written and/or theoretical test

4.4.9. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

O Marketing Operacional é uma das etapas mais importantes de qualquer estratégia no setor. Afinal, é o momento em que as ações traçadas e planeadas são colocadas em prática, a fase em que é possível saber se, de fato, os objetivos e metas estipulados inicialmente vão ser alcançados ou não. Assim, a fim de que se cumpram os objetivos desta UC, serão desenvolvidas metodologias assentes na teoria e na prática, para que o estudante aprenda fazendo.

Neste contexto, o o objetivo de conhecimento C1 de analisar o(s) mercado(s) alvo e C2 de explicar o esforço de Marketing dentro de uma organização terão como suporte a perspetiva expositiva em conjunto com a construção atrativa do conhecimento, por meio de brainstormings e ferramentas colaborativas para planificação.

Para planificar no âmbito do marketing (AP1) e identificar e manipular os elementos do marketing-mix (AP2) os estudantes terão contacto com tarefas teórico-práticas, onde a teoria e os casos a serem disponibilizados pelo docente, darão suporte à construção do conhecimento.

Por fim, para desenvolver os objetivos de atitude AT1 (desenvolver a diferenciação e a segmentação) e AT2 (decidir qual o posicionamento), os estudantes contarão com metodologias que estimulem o questionamento e a discussão, com apresentação de casos de estudo, workshops com convidados e interview-based-learning.

4.4.9. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

Operational Marketing is one of the most important steps in any strategy in the sector. After all, it is the moment in which the outlined and planned actions are put into practice, the phase in which it is possible to know whether the objectives and goals stipulated initially will be achieved or not. Thus, to fulfill the objectives of this CU, methodologies based on theory and practice will be developed, so that the student can learn by doing.

In this context, the objective of knowledge K1 of analyzing the target market(s) and K2 of explaining the Marketing effort within an organization will be supported by the expository perspective together with the attractive construction of knowledge, through brainstorming and collaborative tools for planning.

To plan in the marketing context (AP1) and identify and manipulate the elements of the marketing mix (AP2), students will have contact with theoretical-practical tasks, where theory and cases to be provided by the teacher, will support the construction of knowledge.

Finally, to develop the AT1 (develop differentiation and segmentation) and AT2 (decide on the positioning) attitude objectives, students will have methodologies that encourage questioning and discussion, with case study presentations, workshops with guests, and interview-based learning.

4.4.10. Bibliografia de consulta/existência obrigatória e outros recursos de aprendizagem específicos para EaD:

Baynast, A., Lendrevie, J., Levy J., Dionisio P., & Rodrigues J. (2018). Mercator da lingua pPortuguesa: o marketing na era digital. Lisboa: Publicações D. Quixote.

Kotler, P. (2021). Marketing para o século XXI: como criar, conquistar e dominar mercados. Rio de Janeiro: Alta Books.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). Principles of marketing. Londres: Pearson.

Kotler, P. (2012). Administração de marketing. New Jersey: Prentice-Hall.

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2011). Marketing 3.0: Do produto e do consumidor até ao espírito humano. Lisboa: Actual Editora.

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). Marketing 4.0: mudança do tradicional para o digital. Lisboa: Actual Editora.

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). Marketing 5.0: technology for hHumanity. New Jersey: Wiley.

Kotler, P. & Keller, K. et al (2019). Marketing Management. New Jersey: Prentice-Hall.

Mapa IV - Gestão de Produto e Serviços

4.4.1.1. Designação da unidade curricular:

Gestão de Produto e Serviços

4.4.1.1. Title of curricular unit:

Product and Service Management

4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:

MP

4.4.1.3. Duração(1):

Semestral

4.4.1.4. Horas de trabalho(2):

150

4.4.1.5.1 Horas de contacto assíncrono a distância(3):

T-28;

4.4.1.5.2 Horas de contacto síncrono a distância(3):

TP-23;

4.4.1.5.3 Horas de contacto presencial(3):

<sem resposta>

4.4.1.6. ECTS:

6

4.4.1.7. Observações(4):

O objetivo principal desta UC é desenvolver uma estreita ligação entre objetivos, conteúdos e prática, na qual os temas serão sempre lecionados numa orientação para a componente de gestão, onde os alunos possuam conhecimentos teóricos e aplique-os num processo de criação, estruturação e lançamento de um novo produto ou serviço, com metodologias e técnicas subjacentes, sem deixar de considerar as necessidades do consumidor neste processo. É aplicativa, particularmente especial por tratar-se de uma das variáveis do marketing mix. Relaciona-se com os objetivos C1 (Identificar os conceitos, práticas e técnicas de gestão de marketing) e dedica 30% tempo de trabalho a este fim; C2 (Aplicar os aspetos da gestão de organizações no marketing) em 10%; AP1 (demonstrar habilidades analíticas para melhor tomada de decisão) em 20%; AP2 (identificar métodos e técnicas de marketing para utilização estratégica) em 20% e AT1 (Decidir uma estratégia para impulsionar o crescimento da empresa) em 20%.

4.4.1.7. Observations:

The main objective of this CU is to develop a close connection between objectives, content, and practice, in which the themes will always be taught in an orientation to the management component, where students have theoretical knowledge and apply them in a process of creation, structuring, and launch of a new product or service, with underlying methodologies and techniques while considering the needs of the consumer in this process. It is applicative, particularly special because it is one of the variables of the marketing mix. It relates to objectives C1 (Identify marketing management concepts, practices, and techniques) and dedicates 30% of working time to this end; C2 (Applying the management aspects of organizations in marketing) by 10%; AP1 (demonstrate analytical skills for better decision making) by 20%; AP2 (Identify marketing methods and techniques for strategic use) at 20% and AT1 (Decide a strategy to drive business growth) a 20%.

4.4.2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):

Antonino Felício dos Santos de Carvalho; 23 horas

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

<sem resposta>

4.4.4. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o ensino a distância (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

*C1. Aplicar o conhecimento de forma dinâmica e pró-activa para a criação de uma oferta conjugada de um portfolio de produtos/serviços.
C2. Identificar os aspetos envolvidos na gestão de produto e de serviços, especificidades e complementaridades.
AP1. Distinguir o processo de planeamento e desenvolvimento estratégico dos serviços, bem como os instrumentos que permitem a sua operacionalização.
AP2. Saber conceber estrategicamente um produto/serviço.
AP3. Demonstrar as implicações da gestão de produto e de serviços no negócio de uma empresa.
AT1. Perceber os fatores que contribuem para o sucesso do DNP (desenvolvimento de novos produtos) e DNS (desenvolvimento de novos serviços) e os desafios associados.
AT2. Desenvolver no indivíduo capacidade crítica e de análise de mercado, que permita ir ao encontro das expectativas e necessidades dos consumidores alvo, potenciando uma maior e melhor coordenação com as demais variáveis do marketing-mix.*

4.4.4. Intended learning outcomes and respective compatibility with distance learning (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

*C1. Apply knowledge dynamically and proactively to create a combined offer of a portfolio of products/services.
C2. Identify the aspects involved in product and service management, specifics, and complementarities.
AP1. Distinguish the services' strategic planning and development process, as well as the instruments that allow its operationalization.
AP2. Know how to strategically design a product/service.
AP3. Demonstrate the implications of product and service management in a company's business.
AT1. Understand the factors that contribute to the success of DNP (development of new products) and DNS (development of new services) and the associated challenges.
AT2. Develop the individual's critical capacity and market analysis, which allows meeting the expectations and needs of target consumers, promoting greater and better coordination with the other variables of the marketing mix.*

4.4.5. Conteúdos programáticos:

1. *O Produto/Serviço como elemento do Marketing Mix*
 - 1.1 *O Produto/Serviço na ótica do Marketing*
 - 1.2 *Os níveis de Produto / Serviço*
 - 1.3 *Especificidades dos serviços*
2. *As decisões estratégicas ao nível do Produto / Serviço*
3. *Inovação e Desenvolvimento de Novos Produtos*
 - 3.1 *Conceitos-chave e metodologias de gestão*
 - 3.2 *Fases do processo de DNP*
 - 3.3 *Fatores de sucesso no DNP (inerentes ao projeto e ao negócio)*
4. *Fases e Técnicas específicas do DNP*
5. *Inovação e Desenvolvimento de Novos Serviços*
 - 5.1 *Diferenças entre o DNP e o DNS*
 - 5.2 *O processo de DNS*
 - 5.3 *Tendências emergentes no DNS*
6. *Desenho e desenvolvimento de novos serviços*
 - 6.1 *Princípios dos processos de desenho dos serviços*
 - 6.2 *Métodos e estruturas para definição de processos de serviço*
 - 6.3 *Implementação de processos de serviço*
 - 6.4 *Controlo, avaliação e gestão da qualidade de serviço*
7. *Gestão integrada de serviços*
 - 7.1 *Service encounter*
 - 7.2 *Servuction e o Blueprint*
 - 7.3 *Métodos de melhoria contínua*

4.4.5. Syllabus:

1. *The Product/Service as an element of the Marketing Mix*
 - 1.1 *The Product/Service from the perspective of Marketing*
 - 1.2 *Product / Service Levels*
 - 1.3 *Specifics of the services*
2. *Strategic decisions at the Product / Service level*
3. *Innovation and New Product Development*
 - 3.1 *Key concepts and management methodologies*
 - 3.2 *Phases of the DNP process*
 - 3.3 *Success factors in the DNP (inherent in the project and the business)*
4. *Specific DNP Phases and Techniques*
5. *Innovation and Development of New Services*
 - 5.1 *Differences between DNP and DNS*
 - 5.2 *The DNS process*
 - 5.3 *Emerging trends in DNS*
6. *Design and development of new services*
 - 6.1 *Principles of service design processes*
 - 6.2 *Methods and structures for defining service processes*
 - 6.3 *Implementation of service processes*
 - 6.4 *Control, assessment and management of quality of service*
7. *Integrated service management*
 - 7.1 *Service encounter*
 - 7.2 *Servuction and the Blueprint*
 - 7.3 *Continuous improvement methods*

4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

Os objetivos C1 (Aplicar o conhecimento de forma dinâmica e pró-activa para a criação de uma oferta conjugada de um portfolio de produtos/serviços) e C2 (Identificar os aspetos envolvidos na gestão de produto e de serviços), assim como o AP2 (Saber conceber estrategicamente um produto/serviço) e o de atitude AT2 (Desenvolver no indivíduo capacidade crítica e de análise de mercado) serão desenvolvidos transversalmente por todos os conteúdos. O AP1 (Distinguir o processo de planeamento e desenvolvimento estratégico dos serviços, bem como os instrumentos que permitem a sua operacionalização) será trabalhado nos CP5 e CP6 e o AP3 (Demonstrar as implicações da gestão

de produto e de serviços no negócio de uma empresa), nos CP1, CP2, CP4, CP6 e CP7. Já o AT1 (perceber os fatores que contribuem para o sucesso do DNP e DNS e os desafios associados) será desenvolvido pelo CP3

4.4.6.Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

Objectives C1 (Apply knowledge dynamically and proactively to create a combined offer of a portfolio of products/services) and C2 (Identify the aspects involved in product and service management), as well as AP2 (Knowing how to strategically design a product/service) and the AT2 attitude (Developing the individual's critical capacity and market analysis), will be developed across all contents. AP1 (Distinguish the process of strategic planning and development of services, as well as the instruments that allow its operationalization) will be worked on in CP5 and CP6 and AP3 (Demonstrate the implications of product and service management in the business of a company), in CP1, CP2, CP4, CP6, and CP7. AT1 (understanding the factors that contribute to the success of DNP and DNS and the associated challenges) will be developed by CP3.

4.4.7.Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico (com indicação do número de estudantes por turma/grupo para as tipologias de horas de contacto relevantes, e com referência aos meios materiais e tecnológicos utilizados em cada tipologia):

De forma a cumprir o modelo pedagógico do IPAM, composto por 5 fases serão usadas diferentes metodologias de ensino, entre encontros síncronos e assíncronos. A par do uso do método expositivo e demonstrativo, haverá lugar a debate de ideias, palestras de empresas e participação individual e em grupo. Na fase I será utilizada uma sessão de tutoria para certificar que os estudantes se familiarizam com o LMS, na fase II, fóruns virtuais para que os estudantes socializem entre si. Nas sessões teórico-práticas o método a privilegiar será o trabalho de grupo e workshops, além de vídeo-lições, repositórios de referências e aulas virtuais (fases III e IV). Os alunos serão convidados e estimulados a realizarem um trabalho em grupo relacionado com os principais temas da Unidade Curricular (faseV).

As aulas assíncronas terão:

Lição Estúdio, utilizado para a introdução da UC para provocar curiosidade do estudante e potenciar a aprendizagem. Design Thinking Colaborativa, com recurso a plataformas digitais e trabalho na nuvem. Como uma ferramenta de adaptação às inovações que o mercado exige, o DT assume aqui um papel importante, o de perceber quais os recursos que existem ao dispor e combiná-los para que as competências, ao serem cruzadas e somadas, possam fortalecer o potencial criativo e de impacto das criações.

Sessões virtuais assíncronas, previamente gravadas.

As aulas teórico-práticas síncronas terão:

Aula digital: sessão síncrona lecionada e gravada pelo professor no LMS.

FocusGroup: planeamento sob supervisão do docente, com atenção às especificidades do produto que já foi criado pelos estudantes, com vistas a perceber a aceitação deste frente ao público-alvo.

No trabalho autónomo, os estudantes realizarão:

Design Thinking: fase da ideação colaborativa por meio da partilha em ambiente digital para posterior criação.

4.4.7.Specific teaching methodologies of the curricular unit and their link with the pedagogical model (point out the number of students per class/group to the types of relevant contact hours, with reference to the material and technological facilities used in each typology):

To comply with the pedagogical model of IPAM, consisting of 5 phases, different teaching methodologies will be used, between synchronous and asynchronous meetings. In addition to the use of the expository and demonstrative method, there will be a debate of ideas, company lectures, and individual and group participation. In phase I, a tutoring session will be used to make sure students are familiarized with the LMS, in phase II, virtual forums for students to socialize with each other. In the theoretical-practical sessions, the method to be privileged will be group work and workshops, in addition to video lessons, reference repositories, and virtual classes (phases III and IV). Students will be invited and encouraged to carry out group work related to the main themes of the Curricular Unit (phase V).

Asynchronous classes will have:

Studio Lesson, used for the introduction of UC to provoke student curiosity and enhance learning.

Collaborative Design Thinking, using digital platforms, and working in the cloud. As a tool for adapting to the innovations that the market demands, the DT assumes an important role here, that of understanding what resources are available and combining them so that competencies, when crossed and added, can strengthen the creative potential and the impact of creations.

Asynchronous previously recorded virtual sessions.

Synchronous theoretical-practical classes will have:

Digital class: synchronous session taught and recorded by the teacher in the LMS.

focus group: planning under the supervision of the teacher, paying attention to the specifics of the product that has already been created by the students, to understand its acceptance in front of the target audience.

In autonomous work, students will:

Design Thinking: collaborative ideation phase through sharing in a digital environment for later creation.

4.4.8.Avaliação:

O processo de avaliação contempla os seguintes regimes: (i) avaliação contínua ou (ii) avaliação final. Em qualquer destes, o estudante obterá aproveitamento se tiver classificação final igual ou superior a 10 valores. O modelo de avaliação contínua é aquele que decorre ao longo do período de aulas e reflete uma permanente interação entre docente e estudante, convergente com o modelo pedagógico do IPAM para o EaD, pois assume que os métodos de avaliação devem ser valorizados ao longo do processo de ensino e aprendizagem.

No regime de avaliação contínua será valorizada a avaliação formativa que permitirá acompanhar e, se necessário, ajustar o percurso do estudante, e a avaliação sumativa que permitirá avaliar a aquisição dos objetivos da UC.

Assume-se uma assiduidade mínima de 70% nas aulas síncronas, bem como uma interação mínima de 70% com as atividades assíncronas. Este cumprimento será verificado diretamente através das ferramentas analytics do LMS.

A avaliação contínua pressupõe três elementos:

i) Participação, medida em função da regularidade e tempo útil nas atividades propostas no período de aulas, assim como do cumprimento das datas estabelecidas para a realização das atividades. O estudante deverá ter uma classificação mínima de 8 valores, contabilizando 20% da nota final.

ii) Avaliação sumativa intermédia, por atividades propostas pelo docente ao longo do período de aulas. Nestas, o estudante deverá ter uma classificação mínima de 8 valores, contabilizando 40% da nota final. Este elemento será composto por:

ii.a) FocusGroup: estruturação de ideias e consideração dos riscos de realização online, além das ações de contingência.

ii) Avaliação sumativa final, composta por atividades propostas pelo docente no decorrer da época de avaliação (após o período de aulas). De forma a garantir a fiabilidade e autoria das respostas será utilizado o LockDown Browser. Nestas, o estudante deverá ter uma classificação mínima média de 8 valores, contabilizando 40% da nota final. Este elemento será composto por:

iii.a) uma prova escrita e/ou teórica

iii.b) Relatório individual/em grupo, onde os estudantes criarão um novo conceito de produto, teste ao conceito e análise de mercado.

Por fim, o regime de avaliação final ocorre após o período de aulas e incidirá sobre todos os conteúdos lecionados na UC. De forma a garantir a fiabilidade e autoria das respostas será utilizado o LockDown Browser. Serão admitidos à avaliação final os estudantes que optem por esta opção, bem como os que não obtiverem aprovação na avaliação contínua. Nestas, o estudante deverá ter uma classificação mínima de 10 valores. Este elemento será composto por:

a) uma prova escrita e/ou teórica.

4.4.8.Assessment:

The evaluation process includes the following regimes: (i) continuous evaluation or (ii) final evaluation. In any of these schemes, the student will be successful if they have a final grade equal to or greater than 10 points. The continuous assessment model is the one that takes place throughout the class period and reflects a permanent interaction between teacher and student, convergent with the pedagogical model of the IPAM for distance education, as it assumes that assessment methods should be valued throughout the teaching and learning process.

In the ongoing assessment system, formative assessment that will allow monitoring and, if necessary, adjusting the student's path, and the summative assessment that will allow evaluating the acquisition of the CU objectives will be valued. A minimum attendance of 70% in synchronous classes is assumed, as well as a minimum interaction of 70% in asynchronous activities. This compliance will be verified directly through the LMS analytics tools.

Continuous assessment presupposes three elements:

i) Participation, measured in terms of regular and timely participation in the activities proposed during the class period, as well as compliance with the dates established for carrying out the activities. The student must have a minimum classification of 8 values, accounting for 20% of the final grade.

ii) Intermediate summative assessment, consisting of activities proposed by the teacher throughout the class period. In these, the student must have a minimum classification of 8 values, accounting for 40% of the final grade. This element will consist of:

ii.a) FocusGroup: structuring of ideas and consideration of online execution risks, in addition to contingency actions.

ii) Final summative assessment, consisting of activities proposed by the teacher during the assessment period (after the class period). To guarantee reliability and authoritative answers, the LockDownBrowser will be used. In these, the student must have a minimum average classification of 8 values, accounting for 40% of the final grade. This element will consist of:

iii. a) a written and/or theoretical test, to validate the knowledge acquired by the students and certify competencies .

iii.b) Individual/group report, where students will create a new product concept, test the concept and market analysis.

Finally, the final evaluation regime takes place after the class period and will focus on all content taught in the CU. To guarantee reliability and authoritative answers, the LockDownBrowser will be used. Students who opt for this option will be admitted to the final assessment, as well as those who do not pass the continuous assessment. In these, the student must have a minimum classification of 10 values. This element will consist of:

a) a written and/or theoretical test

4.4.9.Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

Os objetivos de conhecimento C1 e C2 guardam em si as características próprias da tipologia que detêm, sejam domínio de conceitos e relações no plano da memória, muito associados ao saber, componente mais cognitiva. Neste contexto serão utilizadas metodologias de exposição em conjunto com outras que possibilitem a fixação dos conteúdos, tais como aulas em vídeo, sessões tutoriais, além do recurso à gamificação, a fim de que o estudante aplique o conhecimento de forma dinâmica e pró-ativa para a criação de uma oferta conjugada de um portefólio de produtos/serviços, além de identificar os aspetos envolvidos na gestão de produto e de serviços, suas especificidades e complementaridades

Relativamente aos objetivos de aptidão AP1, AP2 e AP3, mais voltados à capacidade dos estudantes em execução de determinadas tarefas, terão as ferramentas colaborativas de trabalho como suporte, nomeadamente design thinking na nuvem, para que o processo de planeamento da conceção e desenvolvimento estratégico de um produto/serviço seja idealizado conjuntamente. Aqui a discussão assume um papel crucial, por meio de um fórum virtual criado para este fim, além dos encontros síncronos.

Já os objetivos de atitude AT1 e AT2 terão em seu desenvolvimento o espírito crítico e questionador, no sentido de estimular a perceção sobre os fatores que contribuem para o sucesso do desenvolvimento de novos produtos e serviços. Aqui também serão conduzidas análises de mercado e público alvo, por meio do focus group, mas também pela intervenção de profissionais na área de estudo, com contribuições assentes em experiências reais.

4.4.9.Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

Knowledge objectives K1 and K2 retain the characteristics of the typology they hold, whether they are mastery of concepts and relationships in the memory plane, closely associated with knowledge, a more cognitive component. In this context, exposure methodologies will be used in conjunction with others that enable the fixation of contents, such as video classes, tutorial sessions, in addition to the use of gamification, so that the student can dynamically and proactively apply knowledge to the creation of a combined offer of a portfolio of products/services, in addition to identifying the aspects involved in product and service management, their specificities and complementarities. Regarding the aptitude goals AP1, AP2, and AP3, more focused on the ability of students to perform certain tasks, they will have collaborative work tools as support, namely design thinking in the cloud, for the process of planning the design and strategic development of a product/service is idealized together. Here, the discussion takes on a crucial role, through a virtual forum created for this purpose, in addition to synchronous meetings. The AT1 and AT2 attitude goals will have a critical and questioning spirit in their development, to stimulate the perception of the factors that contribute to the successful development of new products and services. Here, market and target audience analyzes will also be conducted, through the focus group, but also the intervention of professionals in the field of study, with contributions based on real experiences.

4.4.10.Bibliografia de consulta/existência obrigatória e outros recursos de aprendizagem específicos para EaD:

Cooper, R. (2017). *Winning at new products*. New York: Basic Books.
 Cooper, R. (2016). *Portfolio management for new products*. New York: Basic Books.
 Fitzsimmons, J., & Fitzsimmons, M. (2018). *Service management*. New York: McGraw Hill.
 Gronroos, C. (2007). *Service management and marketing*. New Jersey: John Wiley.
 Haines, S. (2013). *The Product manager survival guide*. New York: McGraw Hill
 Kotler, P., & Keller, K.L. (2019). *Administração de Marketing (15ª ed.)*. São Paulo: Pearson.
 Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Princípios de marketing (16ª ed.)*, São Paulo, Pearson.
 Silva, A. (2021). *Design de embalagem e PDV*. São Paulo: Intersaberes.
 Steven, H. (2013). *The product manager survival guide*. New York: McGraw Hill.
 Tidd, J. & Bessant, J. (2020). *Managing innovation*. Sussex: Wiley
 Trott, P. (2017). *Innovation management and new product development*. Essex: Prentice Hall
 Ussamane, M. H. (2013). *Inovação e criatividade*. Lisboa: Sílabo

Mapa IV - Gestão de Pessoas**4.4.1.1.Designação da unidade curricular:**

Gestão de Pessoas

4.4.1.1.Title of curricular unit:

People Management

4.4.1.2.Sigla da área científica em que se insere:

CEmp

4.4.1.3.Duração(1):

Semestral

4.4.1.4.Horas de trabalho(2):

150

4.4.1.5.1Horas de contacto assíncrono a distância(3):

T-28;

4.4.1.5.2Horas de contacto síncrono a distância(3):

TP-23;

4.4.1.5.3Horas de contacto presencial(3):

<sem resposta>

4.4.1.6.ECTS:

6

4.4.1.7.Observações(4):

O objetivo principal desta UC é dotar o estudante da capacidade de realizar um plano estratégico da gestão das pessoas numa organização específica ou equipa de trabalho. O plano deve estar alinhado com a estratégia da respectiva organização ou equipa e deve contemplar as fases, acções, métodos, técnicas e instrumentos mais adequados para a sua implementação.

De tipologia aplicada, do 2º semestre, esta UC ajuda a desenvolver os objetivos do CE, à medida em que dedica 20% das horas de trabalho a identificar os conceitos, práticas e técnicas de gestão de marketing (C1), também a aplicar os aspetos da gestão de organizações no marketing (C2) em 20% do seu tempo. Ainda dedica 50% das horas de trabalho a construir um papel proactivo de gestão e liderança de equipas (AP3) e, por fim, a decidir uma estratégia para impulsionar o crescimento da empresa, em 10% das horas de trabalho totais. Assume mais importância à medida em que introduz as pessoas no contexto da gestão de marketing

4.4.1.7.Observations:

The main objective of this CU is to provide the student with the ability to carry out a strategic plan for managing people in a specific organization or work team. The plan must be aligned with the strategy of the respective organization or team and must contemplate the most adequate phases, actions, methods, techniques, and instruments for its implementation.

With an applicative typology, from the 2nd semester, this CU helps to develop the objectives of the SC, as it dedicates 20% of its working hours to identify the concepts, practices, and techniques of marketing management (K1), also to apply the aspects of managing organizations in marketing (K2) in 20% of their time. It also devotes 50% of its working hours to building a proactive role in managing and leading teams (AP3) and, finally, deciding on a strategy to drive the company's growth, in 10% of its total working hours. It takes on more importance as it introduces people to the context of marketing management.

4.4.2.Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):

Maria Paula Oliveira Campos; 23 horas

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

<sem resposta>

4.4.4.Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o ensino a distância (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

C1. Reconhecer a importância de uma estratégia de gestão de pessoas, no seio de uma organização

C2. Identificar formas de manutenção de pessoas no seio das organizações.

AP1. Construir um plano estratégico de gestão de pessoas para uma organização

AT1. Explicar o processo de seleção e recrutamento de pessoas

AT2. Descrever a avaliação e gestão de desempenho de pessoas

4.4.4.Intended learning outcomes and respective compatibility with distance learning (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

K1. Recognize the importance of a people management strategy within an organization

K2. Identify ways to maintain people within organizations.

AP1. Build a strategic people management plan for an organization

AT1. Explain the people selection and recruitment process

AT2. Describe people performance assessment and management

4.4.5.Conteúdos programáticos:

1. Estratégia Organizacional E Gestão De Pessoas

1.1 Estratégia e RH

1.2. Da gestão de RH à Gestão das Pessoas

1.3 Políticas e práticas de Gestão de Pessoas

O Desenvolvimento das Organizações a partir da GP: As Boas Práticas

2. O Processo De Escolher Pessoas

2.1. Recrutamento

A elaboração da DAF (Definição e Análise da Função)

Fontes de Recrutamento

Meios de Recrutamento

Recrutamento Especializado

Recrutamento On-Line

2.2 Seleção

A Seleção como um processo de comparação e decisão

As Técnicas de Seleção

Acolhimento e Integração de Novos Colaboradores:

Os programas de acolhimento

O Manual de Acolhimento

Criar a dimensão ideal de Recursos Humanos: Desvinculação / Downsizing

3. O Processo De Desenvolver Pessoas

3.1 A Avaliação e Gestão do Desempenho

3.2 A Formação

3.3 Mudanças Organizacionais

3.4 Comunicação

3.5 O EM

4. Processo De Manter Pessoas

4.1 Sistemas de Recompensas e Inventivos

- 4.2 Construção e Gestão de carreiras
- 4.3 Qualidade de Vida no Trabalho
- 4.4 HST

4.4.5.Syllabus:

1. *Organizational Strategy And People Management*
 - 1.1 *Strategy and HR*
 - 1.2 *From HR management to People Management*
 - 1.3 *People Management Policies and Practices*
 - 1.4 *The Development of Organizations from People Management: Good Practices*
2. *The Process Of Choosing People*
 - 2.1 *Recruitment*
 - 2.1.1 *The preparation of DAF (Function Definition and Analysis)*
 - 2.1.2 *Recruitment Sources*
 - 2.1.3 *Recruitment Means*
 - 2.1.4 *The Specialized Recruitment*
 - 2.1.5 *Online Recruitment*
 - 2.2 *Selection*
 - 2.2.1 *Selection as a process of comparison and decision*
 - 2.2.2 *Selection Techniques*
 - 2.2.3 *Reception and Integration of New Employees:*
 - 2.2.4 *Host programs*
 - 2.2.5 *The Welcome Manual*
 - 2.2.6 *Create the ideal Human Resources dimension: Unlinking / Downsizing*
3. *The Process Of Developing People*
 - 3.1 *Performance Assessment and Management*
 - 3.2 *The formation*
 - 3.3 *Organizational Changes*
 - 3.4 *Communication*

4.4.6.Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

Os objetivos de conhecimento C1 (Reconhecer a importância de uma estratégia de gestão de pessoas, no seio de uma organização) e C2 (Identificar formas de manutenção de pessoas no seio das organizações) serão desenvolvidos por meio dos conteúdos 1, 3 e 4, onde o processo de escolher e desenvolver pessoas é tido como parte importante da estratégia de gestão. O objetivo de aptidão AP1 (construir um plano estratégico de gestão de pessoas para uma organização) será desenvolvido de maneira transversal por todos os conteúdos da unidade curricular, dada a importância que todos têm. Por fim, os objetivos AT1 (Explicar o processo de seleção e recrutamento de pessoas) e AT2 (Descrever a avaliação e gestão de desempenho de pessoas) serão desenvolvidos nos conteúdos 2 e 1 e 3, respetivamente.

4.4.6.Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

Knowledge objectives K1 (Recognize the importance of a people management strategy within an organization) and K2 (Identify ways to maintain people within organizations) will be developed through contents 1, 3, and 4, where the process of choosing and developing people is seen as an important part of the management strategy. The aptitude objective AP1 (to build a strategic people management plan for an organization) will be developed across all contents of the curricular unit, given the importance that everyone has. Finally, objectives AT1 (Explain the process of selection and recruitment of people) and AT2 (Describe the evaluation and management of people performance) will be developed in contents 2 and 1 and 3, respectively.

4.4.7.Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico (com indicação do número de estudantes por turma/grupo para as tipologias de horas de contacto relevantes, e com referência aos meios materiais e tecnológicos utilizados em cada tipologia):

O modelo pedagógico do IPAM é composto por 5 etapas que vão desde o acesso e motivação do estudante (I), socialização online (II), troca de informação (III), construção do conhecimento (IV) e desenvolvimento (V). Para que isto se torne possível, a UC contará com encontros síncronos, assíncronos e e-atividades onde o docente assume um papel de e-moderador do conhecimento ao estudante.

Nas aulas assíncronas terá:

- *Lição Estúdio, utilizado para a introdução da UC, dos processos que a envolvem, bem como do LMS Canvas que será utilizado. Aqui os alunos terão acesso a aulas assentes em conteúdos teóricos, mas que também podem ser potenciados por ferramentas que torne a aprendizagem mais atrativa, como é o caso das animações enquanto elementos visuais que apoiam a compreensão e a memorização dos conteúdos.*
- *Sessões virtuais assíncronas, previamente gravadas, para realizar demonstrações teóricas, apresentar experiências e apresentar a resolução de exercícios.*

As aulas teórico-práticas síncronas terão:

- *Aula digital: sessão síncrona lecionada e gravada pelo professor no LMS.*
- *Simulação/Role Play: Os estudantes são convidados a realizar uma simulação, de forma a aplicar conceitos e técnicas específicas e a receber o feedback do docente e dos colegas.*

No trabalho autónomo, os estudantes realizarão:

- *Estudo de caso: partindo de um documento onde se descreve uma situação real ou hipotética, os estudantes são convidados individualmente/em grupo a aplicar o conhecimento adquirido na sua análise e resolução, de forma analítica e exaustiva, relacionando factos e/ou possíveis soluções com conceitos fundamentais da unidade curricular.*
- *Problema: tendo por base uma situação inicial real/hipotética, grupos de estudantes são levados ao levantamento de hipóteses que permitam identificar a causa do problema levantado pelo docente, bem como a identificação de soluções que permita a sua resolução. Será acompanhado em sessões tutoriais.*

4.4.7. Specific teaching methodologies of the curricular unit and their link with the pedagogical model (point out the number of students per class/group to the types of relevant contact hours, with reference to the material and technological facilities used in each typology):

IPAM's pedagogical model consists of 5 stages ranging from student access and motivation (I), online socialization (II), information exchange (III), knowledge construction (IV), and development (V). For this to become possible, the UC will have synchronous and asynchronous meetings and e-activities where the teacher assumes the role of e-moderator of knowledge to the student.

In asynchronous classes you will have:

- *Lesson Studio, used for the introduction of UC, the processes that involve it, as well as the LMS Canvas that will be used. Here, students will have access to classes based on theoretical content, but which can also be enhanced by tools that make learning more attractive, such as animations as visual elements that support the understanding and memorization of content.*
- *Asynchronous virtual sessions, previously recorded, to carry out theoretical demonstrations, present experiments, and present the resolution of exercises.*
- *Virtual forums that allow for an informed discussion about the debated theory, being launched by the professor/students. It will be based on scientific articles, news circulating in the media, or other content that may encourage the application of the knowledge acquired to specific situations, but also as a way to encourage students to identify areas where they can improve.*

Synchronous theoretical-practical classes will have:

- *Digital class: synchronous session taught and recorded by the teacher in the LMS.*
- *Simulation/Role Play: Students are invited to perform a simulation to apply specific concepts and techniques and receive feedback from the teacher and peers.*

In autonomous work, students will:

- *Case study: starting from a document describing a real or hypothetical situation, students are invited individually/in groups to apply the knowledge acquired in its analysis and resolution, analytically and exhaustively, relating facts and/or possible solutions with fundamental concepts of the curricular unit.*
- *Problem: based on a real/hypothetical initial situation, groups of students are led to raise hypotheses that allow identifying the cause of the problem raised by the teacher, as well as the identification of solutions that allow its resolution. It will be accompanied in tutorial sessions.*

4.4.8. Avaliação:

O processo de avaliação contempla os seguintes regimes: (i) avaliação contínua ou (ii) avaliação final. Em qualquer destes, o estudante obterá aproveitamento se tiver classificação final igual ou superior a 10 valores. O modelo de avaliação contínua é aquele que decorre ao longo do período de aulas e reflete uma permanente interação entre docente e estudante, convergente com o modelo pedagógico do IPAM para o EaD, pois assume que os métodos de avaliação devem ser valorizados ao longo do processo de ensino e aprendizagem.

No regime de avaliação contínua será valorizada a avaliação formativa que permitirá acompanhar e, se necessário, ajustar o percurso do estudante, e a avaliação sumativa que permitirá avaliar a aquisição dos objetivos da UC.

Assume-se uma assiduidade mínima de 70% nas aulas síncronas, bem como uma interação mínima de 70% com as atividades assíncronas. Este cumprimento será verificado diretamente através das ferramentas analytics do LMS.

A avaliação contínua pressupõe três elementos:

- i) Participação, medida em função da regularidade e tempo útil nas atividades propostas no período de aulas, assim como do cumprimento das datas estabelecidas para a realização das atividades. O estudante deverá ter uma classificação mínima de 8 valores, contabilizando 20% da nota final.*
- ii) Avaliação sumativa intermédia, por atividades propostas pelo docente ao longo do período de aulas. Nestas, o estudante deverá ter uma classificação mínima de 8 valores, contabilizando 40% da nota final. Este elemento será composto por:*

ii.a) Fórum virtual: discussão informada sobre a teoria em debate, assente em artigos científicos, notícias que circulem nos média ou outros conteúdos que possam instigar a aplicação do conhecimento adquirido a situações concretas.

iii) Avaliação sumativa final, composta por atividades propostas pelo docente no decorrer da época de avaliação (após o período de aulas). De forma a garantir a fiabilidade e autoria das respostas será utilizado o LockDown Browser. Nestas, o estudante deverá ter uma classificação mínima média de 8 valores, contabilizando 40% da nota final. Este elemento será composto por:

iii.a) uma prova escrita e/ou teórica

iii.b) Relatório individual/em grupo, onde os estudantes aplicam os conhecimentos apreendidos no âmbito da unidade curricular, no sentido de construir um plano estratégico de pessoas.

Por fim, o regime de avaliação final ocorre após o período de aulas e incidirá sobre todos os conteúdos lecionados na UC. De forma a garantir a fiabilidade e autoria das respostas será utilizado o LockDown Browser. Serão admitidos à avaliação final os estudantes que optem por esta opção, bem como os que não obtiverem aprovação na avaliação contínua. Nestas, o estudante deverá ter uma classificação mínima de 10 valores. Este elemento será composto por:

a) uma prova escrita e/ou teórica.

4.4.8.Assessment:

The evaluation process includes the following regimes: (i) continuous evaluation or (ii) final evaluation. In any of these schemes, the student will be successful if they have a final grade equal to or greater than 10 points. The continuous assessment model is the one that takes place throughout the class period and reflects a permanent interaction between teacher and student, convergent with the pedagogical model of the IPAM for distance education, as it assumes that assessment methods should be valued throughout the teaching and learning process.

In the ongoing assessment system, formative assessment that will allow monitoring and, if necessary, adjusting the student's path, and the summative assessment that will allow evaluating the acquisition of the CU objectives will be valued. A minimum attendance of 70% in synchronous classes is assumed, as well as a minimum interaction of 70% in asynchronous activities. This compliance will be verified directly through the LMS analytics tools.

Continuous assessment presupposes three elements:

i) Participation, measured in terms of regular and timely participation in the activities proposed during the class period, as well as compliance with the dates established for carrying out the activities. The student must have a minimum classification of 8 values, accounting for 20% of the final grade.

ii) Intermediate summative assessment, consisting of activities proposed by the teacher throughout the class period. In these, the student must have a minimum classification of 8 values, accounting for 40% of the final grade. This element will consist of:

ii. a) Virtual forum: informed discussion about the theory being debated, based on scientific articles, news that circulates in the media, or other content that may instigate the application of acquired knowledge to concrete situations.

iii) Final summative assessment, consisting of activities proposed by the teacher during the assessment period (after the class period). To guarantee reliability and authoritative answers, the LockDownBrowser will be used. In these, the student must have a minimum average classification of 8 values, accounting for 40% of the final grade. This element will consist of:

iii. a) a written and/or theoretical test, to validate the knowledge acquired by the students and certify competencies .

iii.b) Individual/group report, where students apply the knowledge learned in the scope of the course, to build a strategic people plan.

Finally, the final evaluation regime takes place after the class period and will focus on all content taught in the CU. To guarantee reliability and authoritative answers, the LockDownBrowser will be used. Students who opt for this option will be admitted to the final assessment, as well as those who do not pass the continuous assessment. In these, the student must have a minimum classification of 10 values. This element will consist of:

a) a written and/or theoretical test

4.4.9.Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

Com o propósito de reconhecer a importância de uma estratégia de gestão de pessoas, no seio de uma organização e identificar formas de manutenção de pessoas no seio das organizações, objetivos C1 e C2, respetivamente, serão trabalhados por meio da exposição dialogada, assente em teorias importantes para a construção do conhecimento nesta unidade curricular. A par do uso do método expositivo e demonstrativo, haverá lugar a debate de ideias, palestras de empresas e participação individual e em grupo, por meio de estudos de caso e fóruns virtuais que possibilitam a socialização dos estudantes.

Para que se cumpra o objetivo de aptidão AP1, de construir um plano estratégico de gestão de pessoas para uma organização, o docente terá como recurso metodologias que guardam a prática em seu cerne, como jogos colaborativos online em que as questões versam sobre possibilidades de construção do plano em sua estrutura. Também pode contar com ferramentas colaborativas para planeamento conjunto do trabalho, sem deixar de lançar mão das tutorias para orientar o estudante no trabalho que está a desenvolver.

Por meio de workshops, vídeo-lições, repositórios de referências e aulas virtuais os objetivos AT1 (Explicar o processo de seleção e recrutamento de pessoas) e AT2 (Descrever a avaliação e gestão de desempenho de pessoas) alcançaram seu desenvolvimento. Aqui a prática é aliada à teoria, tendo a crítica e discussão como base dialógica, assente em experiências reais.

4.4.9.Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

To recognize the importance of a people management strategy within an organization and identify ways to maintain people within organizations, objectives K1 and K2, respectively, will be worked on through dialogued exposition, based on theories important for the construction of knowledge in this course. In addition to the use of the expository and demonstrative method, there will be a debate of ideas, lectures by companies, and individual and group participation, through case studies and virtual forums that allow students to socialize.

To fulfill the AP1 aptitude goal of building a strategic people management plan for an organization, the teacher will use methodologies that keep the practice at its core, such as online collaborative games in which the questions deal with construction possibilities of the plan in its structure. You can also count on collaborative tools for joint planning of the work, while also using tutorials to guide students in the work they are developing.

Through workshops, video lessons, reference repositories, and virtual classes, the objectives AT1 (Explain the process of selection and recruitment of people) and AT2 (Describe the evaluation and management of performance of people) achieved their development. Here, practice is allied to theory, with criticism and discussion as a dialogical basis, based on real experiences.

4.4.10.Bibliografia de consulta/existência obrigatória e outros recursos de aprendizagem específicos para EaD:

Bichuetti, L. B., & Bichuetti, J. L. (2020). Gestão de pessoas não é com o RH. São Paulo: Saint Paul.

Bilhim, J. (2004). Gestão Estratégica de recursos Humanos. Lisboa: ISCSP.

Câmara, P. B., & Guerra, P. & Joaquim Rodrigues (2014). Humanator. Lisboa: Publicações Dom Quixote.

Câmara, P. (2020). Gestão de pessoas em contexto internacional. Lisboa: Leya.

Chiavenato, I. (2014). Gestão de Pessoas. São Paulo: Manole.

Cunha, M., Rego, A. Cunha, R. Cardoso C. Marques, C., & Gomes J. (2015). Manual de Gestão de Pessoas e do Capital Humano. Lisboa: Sílabo.

HBR 10 Artigos Essenciais (2018). Gestão de Pessoas. Lisboa:Actual.

Maçõesm M.A.R (2017). Pessoas e Gestão de Equipas. Lisboa: Actual.

Milkovich, G. T., & Boudreau, J. W.(2000) Administração de recursos humanos. São Paulo: Atlas.

Neves, A. L., & Costa, R.F. (2012). Gestão de Recursos Humanos de A a Z. Lisboa: Editora RH.

Ribeiro, A. D. L. (2017). Gestão de Pessoas. São Paulo: Saraiva Educação.

Mapa IV - Comportamento do Consumidor

4.4.1.1.Designação da unidade curricular:

Comportamento do Consumidor

4.4.1.1.Title of curricular unit:

Consumer Behavior

4.4.1.2.Sigla da área científica em que se insere:

MP

4.4.1.3.Duração(1):

Semestral

4.4.1.4.Horas de trabalho(2):

150

4.4.1.5.1Horas de contacto assíncrono a distância(3):

T-28;

4.4.1.5.2Horas de contacto síncrono a distância(3):

TP-23;

4.4.1.5.3Horas de contacto presencial(3):

<sem resposta>

4.4.1.6.ECTS:

6

4.4.1.7.Observações(4):

Esta unidade curricular tem como propósito cumprir os objetivos específicos do ciclo de estudos C3, AP1 e AT1. Assim, 30% do trabalho da UC será dedicado a interpretar contexto económico e financeiro e aplicá-lo aos negócios (C3). 40% será dedicado a demonstrar habilidades analíticas para melhor tomada de decisão e, por fim, 30% desta UC irá dedicar-se a decidir uma estratégia para impulsionar o crescimento da empresa.

Esta UC é de tipologia aplicativa e faz parte do 2º semestre do ciclo de estudos e contribui para a consolidação das UCs que comportam o curso de marketing, em concreto o marketing operacional e estratégico, na óptica do consumidor. Numa época em que o perfil do consumidor está a sofrer profundas mudanças, é necessário estar atento ao processo de compra e às fases da jornada do consumidor, pois é de suma importância ir ao encontro das suas necessidades e expectativas.

4.4.1.7.Observations:

This curricular unit aims to fulfill the specific objectives of the C3, AP1, and AT1 study cycle. Thus, 30% of the UC's work will be devoted to interpreting the economic and financial context and applying it to business (C3). 40% will be dedicated to demonstrating analytical skills for better decision making and, finally, 30% of this UC will be dedicated to deciding a strategy to drive the company's growth.

This CU is of an applicative typology and is part of the 2nd semester of the study cycle and contributes to the consolidation of CUs that comprise the marketing course, specifically operational and strategic marketing, from the consumer's point of view. At a time when the consumer's profile is undergoing profound changes, it is necessary to be aware of the purchase process and the phases of the consumer's journey, as it is of paramount importance to meet their needs and expectations.

4.4.2.Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):

Natália Araújo Pacheco; 23horas

4.4.3.Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:*<sem resposta>***4.4.4.Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o ensino a distância (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):***C1.1 Identificar as variáveis explicativas do comportamento do consumidor;**AP.1 Aplicar as variáveis internas e externas explicativas do comportamento do consumidor a situações de consumo**AT1. Identificar e categorizar os principais modelos explicativos do comportamento do consumidor***4.4.4.Intended learning outcomes and respective compatibility with distance learning (knowledge, skills and competences to be developed by the students):***C1. To identify the explanatory variables of consumer behavior;**AP.1 To apply internal and external variables explaining consumer behavior to consumption situations**AT1. To identify and categorize the main explanatory models of consumer behavior***4.4.5.Conteúdos programáticos:***1. O comportamento do consumidor no contexto do marketing**1.1 Tendências de consumo: a metodologia de COOLHUNTING**2. Variáveis explicativas do comportamento:**2.1. Internas:**a) Processos cognitivos**b) Motivação**c) Atitudes**d) Emoções**2.2 Externas**a) Classe social**b) Grupo de referência e de pertença**c) Estilos de vida**3. O processo de tomada de decisão de compra**3.1 Etapas do processo:**a) Reconhecimento do problema**b) Recolha e tratamento da informação**c) Avaliação de alternativas**d) Decisão e compra**e) Processo pós-compra**f) Situações de compra e de consumo**g) Interação entre implicação e conhecimento**h) Decisões de elevada implicação**i) Decisões de reduzida implicação***4.4.5.Syllabus:***1. Consumer behavior in the context of marketing**1.1 Consumer trends: the COOLHUNTING methodology**2. Variables explaining the behavior:**2.1. Internal:**a) Cognitive processes**b) Motivation**c) Attitudes**d) Emotions**2.2 External**a) Social class**b) Reference and belonging group**c) Life styles**3. The purchasing decision-making process**3.1 Process Steps:**a) Problem recognition**b) Collection and processing of inform.**c) Evaluation of alternatives**d) Decision and purchase**e) post-purchase process**f) Purchase and consumption situations**g) Interaction between implication and knowledge*

- h) *Highly Involved Decisions*
- i) *Low Involvement Decisions*

4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

O objetivo de Conhecimento C1 (Identificar as variáveis explicativas do comportamento do consumidor será trabalhado ao longo dos 3 capítulos e subcapítulos que constituem o programa).

O objetivo de Aprendizagem AP1 (Aplicar as variáveis internas e externas explicativas do comportamento do consumidor a situações de consumo) será trabalhado no capítulo 2

O objetivo de Aprendizagem AT1 (Identificar e categorizar os principais modelos explicativos do comportamento do consumidor) será trabalhado no capítulo 3 processo de tomada de decisão.

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The objective of Knowledge C1 (Identify the explanatory variables of consumer behavior will be worked along the 3 chapters and subchapters that make up the program).

Learning objective AP1 (Applying the internal and external explanatory variables of consumer behavior to consumption situations) will be worked on in chapter 2

The Learning AT1 objective (Identify and categorize the main explanatory models of consumer behavior) will be worked on in chapter 3 decision-making process.

4.4.7. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico (com indicação do número de estudantes por turma/grupo para as tipologias de horas de contacto relevantes, e com referência aos meios materiais e tecnológicos utilizados em cada tipologia):

A UC terá uma componente mais teórica, sendo que o esforço é identificar o perfil do novo consumidor e compreender o seu comportamento. A construção do relacionamento virtual e do conhecimento pertinente a esta unidade curricular, ocorrerá por meio do modelo de ensino aprendizagem em 5 etapas.

Na etapa I, serão utilizadas sessões de tutoria síncronas, com recurso a aula digital no LMS, para que os estudantes compreendam a dinâmica da vivência académica e também conceitos importantes para a UC. Também contará com a resolução de um exercício em tempo real, permitindo a interação entre docentes e estudantes / a aquisição específica de uma competência instrumental, orientada pelo professor, de modo que o estudante aprenda fazendo.

A fase II do modelo pedagógico trata-se de uma altura importante para desenvolver a parte social, e serão promovidas para o efeito aulas assíncronas onde serão utilizados os seguintes formatos: Sessões virtuais assíncronas, para realizar demonstrações teóricas, apresentar experiências.

A fase III será caracterizada pelo consubstanciamento do conhecimento dos alunos, aplicado através de vídeo-lições, repositórios de referências e aulas virtuais, assim como animações que introduzem elementos visuais que apoiam a compreensão e a memorização dos conteúdos.

Na fase IV, os estudantes realizarão um trabalho mais autónomo vários trabalhos práticos, incidem sobre os seguintes aspetos: Metodologia de análise de tendências, Construção de modelos de comportamento do consumidor, Métodos de recolha de dados, Fatores internos e externos que influenciam o Comportamento do Consumidor, Decisão racional e emocional / técnicas de análise de atitudes e Importância do Comportamento do Consumidor para o Marketing. Existirá um acompanhamento aos alunos nas sessões tutoriais, a fim de possibilitar a construção do processo avaliativo na etapa V.

A fase V caracterizada por um maior desenvolvimento, permitirá a avaliação sumativa dos alunos.

4.4.7. Specific teaching methodologies of the curricular unit and their link with the pedagogical model (point out the number of students per class/group to the types of relevant contact hours, with reference to the material and technological facilities used in each typology):

The CU will have a more theoretical component, and the effort is to identify the profile of the new consumer and understand their behavior. The construction of the virtual relationship and knowledge relevant to this curricular unit will take place through the teaching-learning model in 5 stages.

In step I, synchronous tutoring sessions will be used, using a digital class in the LMS, so that students understand the dynamics of academic experience and also important concepts for UC. It will also feature the resolution of an exercise in real-time, allowing interaction between professors and students / the specific acquisition of an instrumental competence, guided by the professor, so that the student learns by doing.

Phase II of the pedagogical model is an important time to develop the social part, and for this purpose, asynchronous classes will be promoted where the following formats will be used: Asynchronous virtual sessions, to carry out theoretical demonstrations, present experiences, in addition to forums allow the informed discussion of the theory under debate.

Phase III will be characterized by the substantiation of students' knowledge, applied through video lessons, reference repositories, and virtual classes, as well as animations that introduce visual elements that support the understanding and memorization of the contents.

In phase IV, students will carry out more autonomous work several practical assignments, focusing on the following aspects: Trend analysis methodology, Construction of consumer behavior models, Data collection methods, Internal and external factors influencing consumer behavior Consumer, Rational and Emotional Decision/Attitude Analysis Techniques and Importance of Consumer Behavior for Marketing. There will be monitoring of students in the tutorial sessions, to enable the construction of the evaluation process in stage V.

Stage V characterized by further development will allow the students to be evaluated.

4.4.8. Avaliação:

O processo de avaliação contempla os seguintes regimes: (i) avaliação contínua ou (ii) avaliação final. Em qualquer destes regimes, o estudante obterá aproveitamento se tiver classificação final igual ou superior a 10 valores. O modelo

de avaliação contínua é aquela que decorre ao longo do período de aulas e reflete uma permanente interação entre docente e estudante, convergente com o modelo pedagógico do IPAM para o EaD, pois assume que os métodos de avaliação devem ser valorizados ao longo do processo de ensino e aprendizagem.

No regime de avaliação contínua será valorizada a avaliação formativa que permitirá acompanhar e, se necessário, ajustar o percurso do estudante, e a avaliação sumativa que permitirá avaliar a aquisição dos objetivos da UC.

Assume-se uma assiduidade mínima de 70% nas aulas síncronas, bem como uma interação mínima de 70% com as atividades assíncronas. Este cumprimento será verificado diretamente através das ferramentas analytics do LMS.

A avaliação contínua pressupõe três elementos:

i) Participação, medida em função da sua participação regular e em tempo útil nas atividades propostas no período de aulas, assim como do cumprimento das datas estabelecidas para a realização das atividades. O estudante deverá ter uma classificação mínima de 8 valores, contabilizando 20% da nota final.

ii) Avaliação sumativa intermédia, composta por atividades propostas pelo docente ao longo do período de aulas. Nestas, o estudante deverá ter uma classificação mínima de 8 valores, contabilizando 40% da nota final. Este elemento será composto por:

ii.a) Fórum com discussão informada sobre a teoria em debate.

iii) Avaliação sumativa final, composta por atividades propostas pelo docente no decorrer da época de avaliação (após o período de aulas). De forma a garantir a fiabilidade e autoria das respostas será utilizado o LockDown Browser.

Nestas, o estudante deverá ter uma classificação mínima média de 8 valores, contabilizando 40% da nota final. Este elemento será composto por:

iii.a) uma prova escrita e/ou teórica

iii.b) Relatório individual/em grupo com Metodologia de análise de tendências, Construção de modelos de comportamento do consumidor, Métodos de recolha de dados, Fatores internos e externos que influenciam o Comportamento do Consumidor, Decisão racional e emocional/técnicas de análise de atitudes e Importância do Comportamento do Consumidor para o Marketing.

Por último, o regime de avaliação final ocorre exclusivamente após o período de aulas e incidirá sobre todos os conteúdos lecionados na UC. De forma a garantir a fiabilidade e autoria das respostas será utilizado o LockDown Browser. Serão admitidos à avaliação final os estudantes que optem por esta opção, bem como aqueles que não tenham obtido aprovação no regime de avaliação contínua. Nestas, o estudante deverá ter uma classificação mínima de 10 valores. Este elemento será composto por:

a) uma prova escrita e/ou teórica.

4.4.8.Assessment:

The evaluation process includes the following regimes: (i) continuous evaluation or (ii) final evaluation. In any of these schemes, the student will be successful if they have a final grade equal to or greater than 10 points. The continuous assessment model is the one that takes place throughout the class period and reflects a permanent interaction between teacher and student, convergent with the pedagogical model of the IPAM for distance education, as it assumes that assessment methods should be valued throughout the teaching and learning process. In the ongoing assessment system, formative assessment that will allow monitoring and, if necessary, adjusting the student's path, and the summative assessment that will allow evaluating the acquisition of the CU objectives will be valued. A minimum attendance of 70% in synchronous classes is assumed, as well as a minimum interaction of 70% in asynchronous activities. This compliance will be verified directly through the LMS analytics tools.

Continuous assessment presupposes three elements:

i) Participation, measured in terms of regular and timely participation in the activities proposed during the class period, as well as compliance with the dates established for carrying out the activities. The student must have a minimum classification of 8 values, accounting for 20% of the final grade.

ii) Intermediate summative assessment, consisting of activities proposed by the teacher throughout the class period. In these, the student must have a minimum average classification of 8 values, accounting for 40% of the final grade. This element will consist of:

ii.a) Forum with informed discussion on the theory under debate.

iii) Final summative assessment, consisting of activities proposed by the teacher during the assessment period (after the class period). In order to guarantee the reliability and authorship of the answers, the LockDown Browser will be used. In these, the student must have a minimum average grade of 8 points, accounting for 40% of the final grade. This element will consist of:

iii.a) a written and/or theoretical test

iii.b) Individual/group report, where students apply the knowledge learned in the course of the course, namely: Trend analysis methodology, Construction of consumer behavior models, Data collection methods, Internal and external factors influencing consumer behavior Consumer, Rational and Emotional Decision/Attitude Analysis Techniques and Importance of Consumer Behavior for Marketing.

The final assessment regime occurs exclusively after the lecturing period and will focus on all content lectured at the CU. In order to guarantee the reliability and authorship of the answers, the LockDown Browser will be used. Students who choose this option will be admitted to the final assessment, as well as those who have not passed the continuous assessment regime. In these, the student must have a minimum grade of 10 points. This element will consist of:

a) a written and/or theoretical test.

4.4.9.Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

O objetivo C1 (Identificar as variáveis explicativas do comportamento do consumidor) será atingido através de uma metodologia de ensino expositiva que consiste na transmissão oral de informações, saber ou conteúdos em que o estudante tem um papel passivo. É um método indispensável no processo de ensino-aprendizagem, contudo, deve ser complementado com os outros métodos. Neste âmbito, serão utilizadas as atividades formativas síncronas de aula virtual e sessões de tutorias e as assíncronas de vídeo-lição, podcast e leitura de artigo/obra científica/case study.

O objetivo AP1 (Aplicar as variáveis internas e externas explicativas do comportamento do consumidor a situações de consumo) que consiste em capacitar os alunos com informação importante para poderem avaliar as necessidades e

expectativas dos consumidores, será desenvolvido através de uma metodologia de ensino demonstrativa, que consiste na forma de transmissão de conhecimentos que utiliza simultaneamente a explicação e a demonstração (neste caso a forma como as variáveis internas e externas afectam o consumidor). O docente promove a execução de um procedimento, tendo por base a demonstração. Neste âmbito, serão utilizadas as atividades formativas assíncronas de vídeo-screencast, simulações e podcast.

Por fim, o objetivo AT1 (Identificar e categorizar os principais modelos explicativos do comportamento do consumidor) será disseminado através de uma metodologia de ensino interrogativa que consiste na utilização da questão e da formulação de perguntas que conduzem os estudantes a discernir os conhecimentos e a procurar soluções de acordo com a informação transmitida e profundidade de estudo autónomo de cada estudante. Neste âmbito, serão utilizadas as atividades formativas síncronas de tutoria e sessões assíncronas de fórum virtual.

4.4.9.Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

Objective C1 (to identify the explanatory variables of consumer behavior) will be achieved through an expository teaching methodology that consists of the oral transmission of information, knowledge or content in which the student has a passive role. It is an indispensable method in the teaching-learning process, however, it must be complemented with the other methods. In this context, synchronous formative activities of virtual classes and tutorial sessions and asynchronous video-lesson, podcast and reading of article/scientific work/case study will be used.

The objective AP1 (to apply the internal and external variables explaining consumer behavior to consumption situations), which is to empower students with important information to be able to assess the needs and expectations of consumers, will be developed through a demonstrative teaching methodology, which is the form of transmission of knowledge that uses both explanation and demonstration (in this case, the way in which internal and external variables affect the consumer). The teacher promotes the execution of a procedure, based on the demonstration. In this context, asynchronous training activities of video-screencast, simulations and podcast will be used.

Finally, the AT1 objective (to identify and categorize the main explanatory models of consumer behavior) will be disseminated through an interrogative teaching methodology that consists of using the question and the formulation of questions that lead students to discern knowledge and seek solutions according to the transmitted information and depth of autonomous study of each student. In this context, synchronous training activities of tutoring and asynchronous sessions of a virtual forum will be used.

4.4.10.Bibliografia de consulta/existência obrigatória e outros recursos de aprendizagem específicos para EaD:

Baudrillard, J. (2008). A sociedade de consumo. Edições 70.
Bauman, Z. (2008). Vida para o consumo: a transformação das pessoas em mercadorias. Jorge Zahar.
Cardoso, A. (2009). O comportamento do consumidor: porque é que os consumidores compram?.Lidel.
Lindstrom, M. (2020) Buyology: A Ciência do Neuromarketing. Gestão Plus.
McCraken, G. (2003). Cultura e simbolismo: novas abordagens ao carácter simbólico dos bens e das atividades de consumo. Mauad.
Miller, R. K., Washington, K. D., & Richard K. Miller &, A. (2015). Consumer Behavior 2015-2016. Loganville, GA.
Peter, J. P., & Olson, J. C. (2009) Comportamento do consumidor e estratégia de marketing. McGraw-Hill
Schiffman, G., & Kanuk, L. (2010). Consumer Behavior (10ª ed). New Jersey: Pearson.
Solomon, M. (2018). O comportamento do consumidor: comprando, possuindo e sendo. Bookman.
Underhill, P. (2008). A ciência das compras: tudo o que sempre quis saber sobre o comportamento dos consumidores. Gestãoplus.

Mapa IV - Sociedades Modernas e Cultura Contemporânea

4.4.1.1.Designação da unidade curricular:

Sociedades Modernas e Cultura Contemporânea

4.4.1.1.Title of curricular unit:

Modern Societies and Contemporary Culture

4.4.1.2.Sigla da área científica em que se insere:

SOE

4.4.1.3.Duração(1):

Semestral

4.4.1.4.Horas de trabalho(2):

150

4.4.1.5.1Horas de contacto assíncrono a distância(3):

T-28;

4.4.1.5.2 Horas de contacto síncrono a distância(3):*T-6; TP-17;***4.4.1.5.3 Horas de contacto presencial(3):***<sem resposta>***4.4.1.6. ECTS:**

6

4.4.1.7. Observações(4):

Esta unidade curricular, com uma tipologia conceptual, tem como propósito dotar os estudantes deste CE de conhecimentos teóricos que lhes permitam compreender as dinâmicas da sociedade moderna e da cultura contemporânea, integrando-as nos seus contextos históricos e políticos. Em conformidade, 30% das horas de trabalho serão dedicadas a decidir uma estratégia para impulsionar o crescimento da empresa (AT1) e os outros 70% para desenvolver valor organizacional com qualidade, rigor científico e ética (AT2)

Para além disto esta UC assume uma importância crucial para o CE em Gestão de Marketing, pois a cultura é um dos fatores críticos para o sucesso ou insucesso de uma estratégia. Simultaneamente, quando entramos no âmbito da cultura de consumo, percebemos a compra como um fenómeno social e antropológico. Isto permite ao estudante ter uma visão global do que sustenta qualquer estratégia de marketing: os hábitos de consumo.

4.4.1.7. Observations:

This curricular unit, with a conceptual typology, aims to provide students in this EC with theoretical knowledge that will allow them to understand the dynamics of modern society and contemporary culture, integrating them into their historical and political contexts. Accordingly, 30% of working hours will be dedicated to deciding a strategy to drive the company's growth (AT1) and the other 70% to developing organizational value with quality, scientific rigor, and ethics (AT2)

In addition, this CU assumes crucial importance for CE in Marketing Management, as culture is one of the critical factors for the success or failure of a strategy. Furthermore, when we enter the sphere of consumer culture, we perceive shopping as a social and anthropological phenomenon. This allows the student to have a global view of what sustains any marketing strategy: consumption habits.

4.4.2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):*Sandra Cristina Vilaverde Pinto Gomes de Oliveira; 23horas***4.4.3. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:***<sem resposta>***4.4.4. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o ensino a distância (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):***C1. Reconhecer a cultura como construção social e humana.**C2. Relacionar o conceito de cultura com fenómenos antropológicos, sociais, económicos e políticos.**C3. Descrever as especificidades da cultura contemporânea.**AP1. Distinguir os paradigmas civilizacionais associados às diferentes épocas históricas.**AP2. Identificar os tópicos fundamentais da discussão em torno do conceito de modernidade.**AP3. Demonstrar a relação entre as especificidades da cultura contemporânea e fenómenos sociais e políticos.**AT1. Estar consciente da necessidade da educação intercultural para uma cidadania ativa.**AT2. Participar no debate crítico sobre a cultura contemporânea.***4.4.4. Intended learning outcomes and respective compatibility with distance learning (knowledge, skills and competences to be developed by the students):***C1. Recognise culture as a social and human construction.**C2. Relate the concept of culture with anthropological, social, economic and political phenomena.**C3. Describe the specificities of contemporary culture.**AP1. Distinguish the civilizational paradigms associated with different historical periods.**AP2. Identify the fundamental topics of the discussion around the concept of modernity.**AP3. Demonstrate the relation between the specificities of contemporary culture and social and political phenomena.**AT1. Be aware of the need of intercultural education for an active citizenship.**AT2. Participate in the critical debate about contemporary culture.***4.4.5. Conteúdos programáticos:***1 Os conceitos de sociedade, cultura e comunidade: génese, consolidação e desafios**1.1 Natureza, religião e cultura**1.2. Nação, Estado e Fronteiras**1.3 Políticas culturais, culturas dominantes e minoritárias*

1.4 Património, memória, tradição e identidade

1.5 Globalização e educação intercultural

2. Épocas históricas e paradigmas civilizacionais

2.1 As cinco épocas da história

2.2 Periodização: interpretação e ideologia

2.3 A perceção e a representação do tempo como cultura

3 Modernidade, pós-modernidade e hipermodernidade

3.1 Ciência, Experiência e Razão

3.2 Capitalismo, Revolução, Democracia e Pós-colonialidade

3.3 A consciencialização das limitações da linguagem e da contingência dos valores

4 Tendências da cultura contemporânea

4.1 Inteligência artificial

4.2 Humanismo e pós-humanismo

4.3 Cultura científica e questionamento ético

4.4 Ativismo cívico e consciência ambiental

4.5 Cultura popular, erudita e de massas

4.6 A experimentação artística e os dilemas da cultura contemporânea

4.4.5.Syllabus:

The concepts of society, culture and community: genesis,consolidation and challenges

1.1 Nature, religion and culture

1.2 Nation, State and Borders

1.3 Cultural Policies, Dominant and Minority Cultures

1.4 Heritage, Memory, Tradition and Identity

1.5 Globalization and Intercultural Education

2. Historical periods and civilizational paradigms

2.1 The five periods of history

2.2 Periodization: interpretation and ideology

2.3 The perception and representation of time as culture

3.Modernity, postmodernity and hypermodernity

3.1 Science, Experience and Reason

3.2 Capitalism, Rev., Democracy and Postcoloniality

3.3 The Awareness of the Limitations of Lang and the Contingency of Values

4. Trends in contemporary culture

4.1 Artificial Intelligence

4.2 Humanism and post-humanism

4.3 Scientific culture and ethical questioning 4.4 Civic activism

4.4 Civic activism and environmental awareness 4.5.

4.5 Popular, erudite and mass culture

4.6. Artistic exp. and the dilemmas of contemporary culture

4.4.6.Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

O objetivo de Aprendizagem C1 será trabalhado nos pontos: 1. e 2.

O objetivo de Aprendizagem C2 será trabalhado nos pontos 2 e 3.

Os objetivos de Aprendizagem C3 e AP3 serão trabalhados no ponto 4.

O objetivo de Aprendizagem AP1 será trabalhado no ponto 2.

O objetivo de Aprendizagem AT1 será trabalhado no capítulo 1., mais concretamente no 1.5, enquanto o objetivo de Aprendizagem AT2 resultará das atividades desenvolvidas no âmbito do ponto 4.

4.4.6.Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

Learning Objective C1 will be worked in sections: 1. and 2.

Learning Objective C2 will be worked in sections 2 and 3.

Learning objectives C3 and AP3 will be worked on in section 4.

Learning Objective AP1 will be worked on in section 2.

Learning Objective AT1 will be worked upon in section 1.5, while Learning Objective AT2 will result from the activities developed under section 4.

4.4.7.Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico (com indicação do número de estudantes por turma/grupo para as tipologias de horas de contacto relevantes, e com referência aos meios materiais e tecnológicos utilizados em cada tipologia):

Serão realizadas sessões de tutoria e fóruns virtuais em todas as etapas, oferecendo continuamente o suporte técnico e social necessário a todos os estudantes. A partir da etapa III, os estudantes começarão a ter contacto com os conteúdos programáticos, através de vídeo-lições, aulas virtuais, artigos e referências, familiarizando-se com a procura do conhecimento e troca de informações. A partir da Etapa IV os estudantes terão um papel ativo na construção do seu conhecimento, através de brainstormings, debates, elaboração de projetos e laboratórios virtuais.

Por fim, na última Etapa irão pôr à prova a sua capacidade de crítica e reflexão e serão avaliados através de trabalhos escritos, testes de avaliação e da prova final.

1. As atividades de natureza formativa síncrona são:

- * aulas virtuais (gravadas) com interação síncrona lecionada pelo docente através do campus virtual;
- * sessões de tutoria em grupo, com liderança partilhada entre estudantes e docente, que visam orientar o estudo ou esclarecer dúvidas a partir dos outputs intermédios dos estudantes.

2. As atividades de natureza formativa assíncrona são:

- * artigos científicos fornecidos aos estudantes para aquisição ou aprofundamento do conteúdo.
- * vídeo-lições ou conteúdos audiovisuais gravados pelo docente em estúdio, reservadas para conteúdos mais expositivos, podendo combinar-se com gráficos, infografias, pontos chave, entre outros.
- * livros digitais, um objeto multimídia, interativo, que disponibiliza conteúdos de leitura em formato de livro digital e que pode incluir imagens, vídeos, links, entre outros elementos.
- * simulações onde se reproduzem as condições de uma situação real.
- * fórum-digital sobre conteúdos diretamente relacionados com a UC, lançados pelo docente ou pelos estudantes.

4.4.7. Specific teaching methodologies of the curricular unit and their link with the pedagogical model (point out the number of students per class/group to the types of relevant contact hours, with reference to the material and technological facilities used in each typology):

Tutoring sessions and virtual forums will be held at all stages, continuously offering the necessary technical and social support to all students. From stage III onwards, students will begin to have contact with the syllabus, through video lessons, virtual classes, articles, and references, becoming familiar with the search for knowledge and exchange of information. From Stage IV onwards, students will have an active role in the construction of their knowledge, through brainstorming, debates, project development, and virtual laboratories. Finally, in the last stage, they will test their capacity for criticism and reflection and will be assessed through written work, assessment tests, and the final exam.

1. The activities of a synchronous formative nature are:

- * virtual classes (recorded) with synchronous interaction taught by the teacher through the virtual campus;
- * group tutoring sessions, with shared leadership between students and teacher, which aim to guide the study or clarify doubts based on the intermediate outputs of the students.

2. The activities of an asynchronous formative nature are:

- * Scientific articles provided to students for acquisition or deepening of content.
- * video lessons or audiovisual content recorded by the teacher in the studio, reserved for more expository content, which can be combined with graphics, infographics, key points, among others.
- * digital books, multimedia, an interactive object that provides reading content in digital book format and which may include images, videos, links, among other elements.
- * simulations where the conditions of a real situation are reproduced.
- * digital forum on contents directly related to UC, launched by the teacher or students.

4.4.8. Avaliação:

O processo de avaliação contempla os seguintes regimes: (i) avaliação contínua ou (ii) avaliação final. Em qualquer destes regimes, o estudante obterá aproveitamento se tiver classificação final igual ou superior a 10 valores. O modelo de avaliação contínua é aquele que decorre ao longo do período de aulas e reflete uma permanente interação entre docente e estudante, convergente com o modelo pedagógico do IPAM para o EaD, pois assume que os métodos de avaliação devem ser valorizados ao longo do processo de ensino e aprendizagem.

No regime de avaliação contínua será valorizada a avaliação formativa que permitirá acompanhar e, se necessário, ajustar o percurso do estudante, e a avaliação sumativa que permitirá avaliar a aquisição dos objetivos da UC.

Assume-se uma assiduidade mínima de 70% nas aulas síncronas, bem como uma interação mínima de 70% com as atividades assíncronas. Este cumprimento será verificado diretamente através das ferramentas analytics do LMS.

A avaliação contínua pressupõe três elementos:

i) Participação, medida em função da sua participação regular e em tempo útil nas atividades propostas no período de aulas, assim como do cumprimento das datas estabelecidas para a realização das atividades. O estudante deverá ter uma classificação mínima de 8 valores, contabilizando 20% da nota final.

ii) Avaliação sumativa intermédia, composta por atividades propostas pelo docente ao longo do período de aulas. Nestas, o estudante deverá ter uma classificação mínima média de 8 valores, contabilizando 40% da nota final. Este elemento será composto por:

ii.a) quizzes, com elementos de gamificação.

ii.b) case studies baseados num documento descritor de uma situação real ou hipotética a analisar crítica e exaustivamente, articulando-o com conceitos fundamentais da UC.

iii) Avaliação sumativa final, composta por atividades propostas pelo docente no decorrer da época de avaliação (após o período de aulas). De forma a garantir a fiabilidade e autoria das respostas será utilizado o LockDown Browser.

Nestas, o estudante deverá ter uma classificação mínima de 8 valores, contabilizando 40% da nota final. Este elemento será composto por:

iii.a) uma prova escrita e/ou teórica, com o objetivo de validar os conhecimentos adquiridos pelos estudantes e certificar competências.

Por fim, o regime de avaliação final ocorre após o período de aulas e incidirá sobre todos os conteúdos lecionados na UC. De forma a garantir a fiabilidade e autoria das respostas será utilizado o LockDown Browser. Serão admitidos à avaliação final os estudantes que optem por esta opção, bem como os que não obtiverem aprovação na avaliação

continua. Nestas, o estudante deverá ter uma classificação mínima de 10 valores. Este elemento será composto por:
a) *uma prova escrita e/ou teórica.*

4.4.8.Assessment:

The evaluation process includes the following regimes: (i) continuous evaluation or (ii) final evaluation. In any of these schemes, the student will be successful if they have a final grade equal to or greater than 10 points. The continuous assessment model is the one that takes place throughout the class period and reflects a permanent interaction between teacher and student, convergent with the pedagogical model of the IPAM for distance education, as it assumes that assessment methods should be valued throughout the teaching and learning process.

In the ongoing assessment system, formative assessment that will allow monitoring and, if necessary, adjusting the student's path, and the summative assessment that will allow evaluating the acquisition of the CU objectives will be valued. A minimum attendance of 70% in synchronous classes is assumed, as well as a minimum interaction of 70% in asynchronous activities. This compliance will be verified directly through the LMS analytics tools.

Continuous assessment presupposes three elements:

i) Participation, measured in terms of regular and timely participation in the activities proposed during the class period, as well as compliance with the dates established for carrying out the activities. The student must have a minimum classification of 8 values, accounting for 20% of the final grade.

ii) Intermediate summative assessment, consisting of activities proposed by the teacher throughout the class period. In these, the student must have a minimum average classification of 8 values, accounting for 40% of the final grade. This element will consist of:

ii. a) quizzes, with gamification elements.

ii. b) case studies based on a document describing a real or hypothetical situation to be critically and exhaustively analyzed, articulating it with fundamental concepts of the CU.

iii) Final summative assessment, consisting of activities proposed by the teacher during the assessment period (after the class period). To guarantee reliability and authoritative answers, the LockDownBrowser will be used. In these, the student must have a minimum classification of 8 values, accounting for 40% of the final grade. This element will consist of:

iii. a) a written and/or theoretical test, to validate the knowledge acquired by the students and certify competencies. Finally, the final evaluation regime takes place after the class period and will focus on all content taught in the CU. To guarantee reliability and authoritative answers, the LockDownBrowser will be used. Students who opt for this option will be admitted to the final assessment, as well as those who do not pass the continuous assessment. In these, the student must have a minimum classification of 10 values. This element will consist of:

a) a written and/or theoretical test

4.4.9.Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

Os objetivos C1 e C2, que incidem sobre a importância de compreender e explicar a noção de cultural como construção social e humana, serão atingidos através de uma metodologia de ensino expositiva ancorada na exposição oral de informações, saber ou conteúdos em que o estudante tem um papel passivo, complementada com os outros métodos de ensino-aprendizagem, como leitura de textos científicos e simulações, em que se realiza um teste ou experiência pedagógica que reproduz as condições de uma situação real.

O objetivo C3, orientado para a capacidade de descrever as especificidades da cultura contemporânea, partirá de uma componente expositiva apoiada em vídeo-lições e num livro digital disponibilizador de conteúdos de leitura graficamente apelativos.

O cumprimento dos objetivos AP1, AP2, AP3, que consistem na capacidade de distinguir os paradigmas civilizacionais associados às diferentes épocas históricas (AP1), de identificar os tópicos fundamentais da discussão em torno do conceito de modernidade (AP2) e de demonstrar a relação entre as especificidades da cultura contemporânea e fenómenos sociais e políticos (AP3), assentará numa metodologia de ensino expositiva e demonstrativa com recurso a case studies.

Por fim, para atingir os objetivos AT1 e AT2, que requerem a demonstração de competências como a criatividade e o sentido crítico, serão utilizadas metodologias de ensino interrogativas, a par do incentivo à leitura de bibliografia especializada e de exercícios de simulação.

Paralelamente, promover-se-á a utilização de um fórum-digital para debater conteúdos pertinentes para a UC e a realização de pequenos Quizzes capazes de estimular a procura de novas informações e conhecimentos na área em apreço.

4.4.9.Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

Objectives C1 and C2, which focus on the importance of understanding and explaining the notion of cultural as a social and human construction, will be achieved through an expository teaching methodology anchored in the oral presentation of information, knowledge or content in which the student has a passive role, complemented with the other teaching-learning methods, such as reading scientific texts and simulations, in which a test or pedagogical experiment that reproduces the conditions of a real situation is carried out.

The objective C3, oriented to the ability of describing the specificities of contemporary culture, will start with an expositive component supported by video lessons and a digital book that provides graphically appealing reading contents.

The attainment of objectives AP1, AP2, AP3, which consist in the ability to distinguish the civilizational paradigms associated with different historical periods (AP1), to identify the key topics of discussion around the concept of modernity (AP2) and to demonstrate the relationship between the specificities of contemporary culture and social and political phenomena (AP3), will be based on an expository and demonstrative teaching methodology using case studies.

Finally, to achieve objectives AT1 and AT2, which require the demonstration of competences such as creativity and critical sense, interrogative teaching methodologies will be used, together with encouragement to the reading of specialized bibliography and simulation exercises.

At the same time, the use of a digital forum will be promoted to discuss relevant contents for the curricular unit and the realization of small Quizzes capable of stimulating the search for new information and knowledge in the area under study.

4.4.10. Bibliografia de consulta/existência obrigatória e outros recursos de aprendizagem específicos para EaD:

Anderson, B. (2012). Comunidades imaginadas: reflexões sobre a origem e a expansão do nacionalismo. Edições 70.
Bennet, T. (2007). The Work of Culture. Journal of Cultural Sociology, 1(1), 31-48.
Bourdieu, P. (1997). Capital Cultural, Escuela y Espacio Social. Siglo Veintiuno.
Connor, S. (2012). Cultura pós-moderna: introdução às teorias do contemporâneo. Loyola.
Eagleton, T. (2003). A Ideia de Cultura. Temas e Debates.
Fazio, M. (2014). Fundamentos da cultura contemporânea. Moinho Velho.
Gonçalves, J. C. (2012). Cultura e Religião. Theologica, 2.º série, 47(2), 309-319.
Lipovetsky, G. (2014). Os tempos hipermodernos. Edições 70.
Real, M. (2017). Traços Fundamentos da Cultura Portuguesa. Almedina.
Santos, B. de S. (1993). Modernidade, Identidade e a Cultura de Fronteira. Tempo Sociol., 5(1-2), 31-52.

Mapa IV - Gestão da Comunicação e Publicidade

4.4.1.1. Designação da unidade curricular:

Gestão da Comunicação e Publicidade

4.4.1.1. Title of curricular unit:

Communication and Advertising Management

4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:

MP

4.4.1.3. Duração(1):

Semestral

4.4.1.4. Horas de trabalho(2):

150

4.4.1.5.1 Horas de contacto assíncrono a distância(3):

T-28;

4.4.1.5.2 Horas de contacto síncrono a distância(3):

TP-23;

4.4.1.5.3 Horas de contacto presencial(3):

<sem resposta>

4.4.1.6. ECTS:

6

4.4.1.7. Observações(4):

O objetivo desta UC é o de estimular o raciocínio crítico do discente, no âmbito da comunicação empresarial, com vistas a realçar valores estratégicos e questões funcionais, mas também éticas. Avaliar cenários e planejar ações de comunicação e marketing, pela compreensão do alcance das medias digitais, ao unir de forma estratégica as alternativas online e off-line em busca da eficácia é outro objetivo desta UC, sem deixar de lado a equação entre investimento e produção dos resultados esperados de comunicação, com recurso ao despertar da intenção de compra por meio da gestão de anúncios de comunicação em meio digital. Neste contexto, esta UC aplicativa ajuda a cumprir o objetivo C1 de identificar os conceitos, práticas e técnicas de gestão de marketing, em cerca de 40% do seu tempo total. Para identificar métodos e técnicas de marketing para utilização estratégica (AP2), dedicará 30% do tempo e outros 30% a decidir uma estratégia para impulsionar o crescimento da empresa (AT1).

4.4.1.7. Observations:

The objective of this CU is to stimulate the student's critical thinking, in the scope of business communication, with a view to highlighting strategic values and functional, but also ethical issues. Evaluating scenarios and planning communication and marketing actions, by understanding the reach of digital media, by strategically uniting online and offline alternatives in search of effectiveness is another objective of this CU, without neglecting the equation between investment and production of the expected results of communication, using the awakening of purchase intention through the management of communication advertisements in digital media. In this context, this applicative CU helps to fulfill the K1 objective of identifying the concepts, practices, and techniques of marketing management, in about

40% of its total time. To identify MM and techniques for strategic use (AP2), you will devote 30% of your time and another 30% to deciding on a strategy to drive business growth (AT1).

4.4.2.Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):

Ricardo José Fernandes Mena; 23h

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

<sem resposta>

4.4.4.Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o ensino a distância (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

C1. Diferenciar e caracterizar os tipos de comunicação.

C2. Conhecer o mix de comunicação para dar suporte à estratégia de comunicação integrada.

AP1. Aplicar, adequadamente, os instrumentos de comunicação existentes.

AP2. Identificar ferramentas e técnicas de comunicação, alinhando-as com os objetivos estratégicos e de marketing da empresa.

AT1. Perceber teoricamente a comunicação, descrevendo o papel da comunicação nas sociedades e organizações contemporâneas.

AT2. Desenvolver um plano integrado de comunicação, seja em nível estratégico ou operacional, no contexto B2B, com especial atenção à omnicanalidade.

4.4.4.Intended learning outcomes and respective compatibility with distance learning (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

K1. Differentiate and characterize the types of communication.

K2. Know the communication mix to support the integrated communication strategy.

AP1. Apply, properly, the existing communication tools.

AP2. Identify communication tools and techniques, aligning them with the company's strategic and marketing objectives.

AT1. Perceiving communication theoretically, describing the role of communication in contemporary societies and organizations.

AT2. Develop an integrated communication plan, either at a strategic or operational level, in the B2B context, with special attention to the omnichannel.

4.4.5.Conteúdos programáticos:

1. Introdução. Breve introdução às Teorias da Comunicação

2. A comunicação e as instituições contemporâneas

3. Comunicação Interpessoal e Geracional

3.1 Novos ChiefCommunicationOfficers

3.2 Storytelling nas empresas

3.3 Avaliação estratégica da criatividade

4. Mix da Comunicação Empresarial

4.1Publicidade

4.2Marketing Direto

4.3Promoção de Vendas

4.4 Relações Públicas

4.5 Eventos

4.6 Merchandising

4.7 Comunicação interna

5. Comunicação Digital

6. Planeamento da Comunicação e imagem da organização

6.1 Gestão da imagem

6.2 Identidade corporativa

6.3 Reputação

6.4 Comunicação de Crise

7. Comunicação e Relacionamento com Stakeholders: clientes, imprensa, mercado e investidores, governo, trade.

8. Inbound Marketing

8.1 Partilha e criação de conteúdo criativo

8.2 Atração de tráfego

8.3 Conversão, Transformação e Fidelização

8.4 Análise de Resultados e Melhoria Contínua

9. Omnicanalidade e conteúdos

10. Desenvolvimento do plano integrado de comunicação e imagem, métricas e métodos

4.4.5. Syllabus:

1 *Introduction. Brief Introduction to Communication Theories*

2 *Communication and contemporary institutions*

3 *Interpersonal and Generational Communication*

3.1 *New Chief Communication Officers*

3.2 *Storytelling in companies*

3.3 *Strategic assessment of creativity*

4 *Mix of Business Communication*

4.1 *Advertising*

4.2 *Direct Marketing*

4.3 *Sales Promotion*

4.4 *RP*

4.5 *Events*

4.6 *Merchandising*

4.7 *Internal communication*

5 *Digital Communication*

6 *Communication Planning and the organization's image*

6.1 *Image management*

6.2 *Corporate identity*

6.3 *Reputation*

6.4 *Crisis Communication*

7 *Communication and Relationship with Stakeholders: customers, press, market and investors, government, trade.*

8 *Inbound Marketing*

8.1 *Sharing and creating creative content*

8.2 *Traffic attraction*

8.3 *Conversion, Transformation, and Loyalty*

8.4 *Results Analysis and Continuous Improvement*

9 *Omnichannel and content*

10 *Development of the integrated communication and image plan: metrics and methods*

4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

O objetivo de Conhecimento C1 (Diferenciar e caracterizar os tipos de comunicação) será trabalhado ao longo dos conteúdos 4 e 5 desta UC. O C2, de conhecer o mix de comunicação para dar suporte à estratégia de comunicação integrada será desenvolvido pelos conteúdos 4, 5, 6 e 7. Já os objetivos de aptidão AP1 (aplicar, adequadamente, os instrumentos de comunicação existentes) e de atitude AT2 (desenvolver um plano integrado de comunicação, seja em nível estratégico ou operacional, no contexto B2B, com especial atenção à omnicanalidade) contarão com todos os conteúdos de forma transversal. Por fim, os conteúdos 8 e 9 ajudarão a cumprir o objetivo AP2 (identificar ferramentas e técnicas de comunicação, alinhando-as com os objetivos estratégicos e de marketing da empresa) e 1, 2, 3 e 4 a cumprir o objetivo AT1 (perceber teoricamente a comunicação, descrevendo o papel da comunicação nas sociedades e organizações contemporâneas).

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The objective of Knowledge K1 (differentiate and characterize the types of communication) will be worked on along with contents 4 and 5 of this CU. The K2, to know the mix of communication to support the integrated communication strategy will be developed by contents 4, 5, 6, and 7. The aptitude objectives AP1 (appropriately apply the existing communication tools) and attitude AT2 (develop an integrated communication plan, whether at a strategic or operational level, in the B2B context, with special attention to the omnichannel) will have all the contents in a transversal way. Finally, contents 8 and 9 will help to fulfill objective AP2 (identify communication tools and techniques, aligning them with the company's strategic and marketing objectives) and 1, 2, 3, and 4 to fulfill objective AT1 (understand theoretically, describing the role of communication in contemporary societies and organizations).

4.4.7. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico (com indicação do número de estudantes por turma/grupo para as tipologias de horas de contacto relevantes, e com referência aos meios materiais e tecnológicos utilizados em cada tipologia):

A construção do relacionamento virtual e do conhecimento pertinente a esta unidade curricular, ocorrerá por meio do modelo de ensino aprendizagem em 5 etapas. Na etapa I, serão utilizadas sessões de tutoria síncronas, com recurso a aula digital no LMS, para que os estudantes compreendam a dinâmica da vivência académica e também conceitos

importante para a UC. Também contará com a resolução de um exercício em tempo real, permitindo a interação entre docentes e estudantes / a aquisição específica de uma competência instrumental, orientada pelo professor, de modo que o estudante aprenda fazendo. A fase II do modelo pedagógico trata-se de uma altura importante para socialização e serão promovidas para o efeito aulas assíncronas onde serão utilizadas sessões virtuais assíncronas. A fase III será caracterizada pelo consubstanciamento do conhecimento dos alunos, aplicado através de vídeo-lições, repositórios de referências e PjBL – aprendizagem baseada em projetos, onde os alunos iniciam o desenho do seu projeto e o desenvolvimento do plano de comunicação integrada, sob tutoria do docente. Na fase IV, os estudantes realizarão um trabalho mais autónomo. Também contarão com uma rotação Individual, na qual o estudante buscará o que julgar como importante para a sua aprendizagem, entre casos de estudos, exemplos positivos e negativos de comunicação, veiculados nos vários tipos de medias e outros. Existirá um acompanhamento aos alunos nas sessões tutoriais, a fim de possibilitar a construção do processo avaliativo na etapa V, caracterizada por um maior desenvolvimento e avaliação sumativa dos alunos.

4.4.7. Specific teaching methodologies of the curricular unit and their link with the pedagogical model (point out the number of students per class/group to the types of relevant contact hours, with reference to the material and technological facilities used in each typology):

The construction of the virtual relationship and the knowledge relevant to this curricular unit will take place through the teaching-learning model in 5 stages. In step I, synchronous tutoring sessions will be used, using a digital class in the LMS, so that students understand the dynamics of academic experience and also important concepts for CU. It will also feature the resolution of an exercise in real-time, allowing interaction between professors and students / the specific acquisition of an instrumental competence, guided by the professor, so that the student learns by doing. Phase II of the pedagogical model is an important time for socialization and asynchronous classes will be promoted for this purpose, where asynchronous virtual sessions will be used. Phase III will be characterized by the substantiation of students' knowledge, applied through video lessons, reference repositories, and PjBL - project-based learning, where students start designing their project and developing the integrated communication plan, under the tutoring of the teacher. In phase IV, students will carry out more autonomous work such They will also have an Individual rotation, in which the student will seek what he/she deems important for their learning, including case studies, positive and negative examples of communication, conveyed in various types of media, and others. There will be monitoring of students in tutorial sessions, in order to enable the construction of the evaluation process in stage V, characterized by greater development and summative assessment of students.

4.4.8. Avaliação:

O processo de avaliação contempla os seguintes regimes: (i) avaliação contínua ou (ii) avaliação final. Em qualquer destes, o estudante obterá aproveitamento se tiver classificação final igual ou superior a 10 valores. O modelo de avaliação contínua é aquele que decorre ao longo do período de aulas e reflete uma permanente interação entre docente e estudante, convergente com o modelo pedagógico do IPAM para o EaD, pois assume que os métodos de avaliação devem ser valorizados ao longo do processo de ensino e aprendizagem.

No regime de avaliação contínua será valorizada a avaliação formativa que permitirá acompanhar e, se necessário, ajustar o percurso do estudante, e a avaliação sumativa que permitirá avaliar a aquisição dos objetivos da UC.

Assume-se uma assiduidade mínima de 70% nas aulas síncronas, bem como uma interação mínima de 70% com as atividades assíncronas. Este cumprimento será verificado diretamente através das ferramentas analytics do LMS.

A avaliação contínua pressupõe três elementos:

i) Participação, medida em função da regularidade e tempo útil nas atividades propostas no período de aulas, assim como do cumprimento das datas estabelecidas para a realização das atividades. O estudante deverá ter uma classificação mínima de 8 valores, contabilizando 20% da nota final.

ii) Avaliação sumativa intermédia, por atividades propostas pelo docente ao longo do período de aulas. Nestas, o estudante deverá ter uma classificação mínima média de 8 valores, contabilizando 40% da nota final. Este elemento será composto por:

a) quiz individual: demonstrar conhecimentos técnicos sobre a implementação de Ads nas plataformas considerando as estratégias utilizadas. Obrigatória a apresentação da Certificação mínima do Google (Display ou Search) ou do FacebookBlueprint.

b) análise de uma campanha de grande sucesso: sintetizar o conceito criativo original e transportarem-no para a atualidade, recriando-o e adaptando-o a ferramentas atuais

iii) Avaliação sumativa final, composta por atividades propostas pelo docente no decorrer da época de avaliação (após o período de aulas). De forma a garantir a fiabilidade e autoria das respostas será utilizado o LockDown Browser. Nestas, o estudante deverá ter uma classificação mínima média de 8 valores, contabilizando 40% da nota final. Este elemento será composto por:

a) uma prova escrita e/ou teórica

b) Relatório individual/em grupo: construção de um plano de comunicação integrada.

Por fim, o regime de avaliação final ocorre após o período de aulas e incidirá sobre todos os conteúdos lecionados na UC. De forma a garantir a fiabilidade e autoria das respostas será utilizado o LockDown Browser. Serão admitidos à avaliação final os estudantes que optem por esta opção, bem como os que não obtiverem aprovação na avaliação contínua. Nestas, o estudante deverá ter uma classificação mínima de 10 valores. Este elemento será composto por:

a) uma prova escrita e/ou teórica.

4.4.8. Assessment:

The evaluation process includes the following regimes: (i) continuous evaluation or (ii) final evaluation. In any of these schemes, the student will be successful if they have a final grade equal to or greater than 10 points. The continuous assessment model is the one that takes place throughout the class period and reflects a permanent interaction between teacher and student, convergent with the pedagogical model of the IPAM for distance education, as it assumes that assessment methods should be valued throughout the teaching and learning process.

In the ongoing assessment system, formative assessment that will allow monitoring and, if necessary, adjusting the

student's path, and the summative assessment that will allow evaluating the acquisition of the CU objectives will be valued. A minimum attendance of 70% in synchronous classes is assumed, as well as a minimum interaction of 70% in asynchronous activities. This compliance will be verified directly through the LMS analytics tools.

Continuous assessment presupposes three elements:

i) Participation, measured in terms of regular and timely participation in the activities proposed during the class period, as well as compliance with the dates established for carrying out the activities. The student must have a minimum classification of 8 values, accounting for 20% of the final grade.

ii) Intermediate summative assessment, consisting of activities proposed by the teacher throughout the class period. In these, the student must have a minimum average classification of 8 values, accounting for 40% of the final grade. This element will consist of:

a) individual quiz: demonstrate technical knowledge about the implementation of Ads on platforms considering the strategies used. Mandatory presentation of the minimum Google Certification (Display or Search) or Facebook Blueprint.

b) analysis of a highly successful campaign: synthesize the original creative concept and bring it up to date, recreating it and adapting it to current tools

iii) Final summative assessment, consisting of activities proposed by the teacher during the assessment period (after the class period). To guarantee reliability and authoritative answers, the LockDownBrowser will be used. In these, the student must have a minimum average classification of 8 values, accounting for 40% of the final grade. This element will consist of:

a) a written and/or theoretical test.

b) Individual/group report: construction of an integrated communication plan.

Finally, the final evaluation regime takes place after the class period and will focus on all content taught in the CU. To guarantee reliability and authoritative answers, the LockDownBrowser will be used. Students who opt for this option will be admitted to the final assessment, as well as those who do not pass the continuous assessment. In these, the student must have a minimum classification of 10 values. This element will consist of:

a) a written and/or theoretical test

4.4.9. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

A UC terá uma componente aplicativa, sendo que o esforço incide sobre a construção de um plano estratégico de comunicação, tendo em conta a adaptação dos meios de comunicação tradicionais ao uso de ferramentas digitais na atualidade, que implicará na seleção de duas campanhas originais de uma marca e recolha dos seus materiais de comunicação da época; a sua análise estratégica e criativa para síntese dos aspetos relevantes. Implicará ainda a adaptação do tema criativo para a atualidade e a elaboração de campanhas publicitárias com recurso aos meios atuais, digitais e não digitais. Para que os objetivos desta unidade curricular sejam desenvolvidos, faz-se necessária a utilização de metodologias que permitam a construção e aplicabilidade do conhecimento. Assim, os objetivos C1- Diferenciar e caracterizar os tipos de comunicação- e C2 - Conhecer o mix de comunicação para dar suporte à estratégia de comunicação integrada- contarão com a transmissão oral de informações, por meio de metodologias mais expositivas, sem deixar de considerar a complementaridade com outros métodos para consolidação da aprendizagem. Neste âmbito, serão utilizadas as atividades formativas síncronas de aula virtual e sessões de tutorias e as assíncronas de vídeo-lição, podcast e leitura de artigo/obra científica/case study.

Os objetivos de aptidão AP1 - aplicar, adequadamente, os instrumentos de comunicação existentes- e AP2 - identificar ferramentas e técnicas de comunicação, alinhando-as com os objetivos estratégicos e de marketing da empresa – serão alcançados através de uma metodologia de ensino demonstrativa, que consiste na forma de transmissão de conhecimentos que utiliza simultaneamente a explicação e a demonstração, onde o docente remove a execução de um procedimento, tendo por base a demonstração. Neste caso a operacionalização de ferramentas de análise e implementação de Ads digitais.

Por fim, os objetivos de atitude AT1 - perceber teoricamente a comunicação, descrevendo o papel da comunicação nas sociedades e organizações contemporâneas – e AT2- desenvolver um plano integrado de comunicação, seja em nível estratégico ou operacional, no contexto B2B, com especial atenção à omnicanalidade- será disseminado através de uma metodologia de ensino interrogativa que consiste na utilização da questão e da formulação de perguntas que conduzem os estudantes a discernir os conhecimentos e a procurar soluções de acordo com a informação transmitida e profundidade de estudo autónomo de cada estudante. Neste âmbito, serão utilizadas as atividades formativas síncronas de tutoria e sessões assíncronas de fórum virtual.

4.4.9. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

The CU will have an application component, and the effort focuses on the construction of a strategic communication plan, taking into account the adaptation of traditional media to the use of digital tools today, which will involve the selection of two original campaigns from a brand and collection of its communication materials of the time; its strategic and creative analysis for the synthesis of relevant aspects. It will also involve adapting the creative theme to the present day and preparing advertising campaigns using current, digital and non-digital media. For the objectives of this course to be developed, it is necessary to use methodologies that allow the construction and applicability of knowledge. Thus, objectives K1- Differentiate and characterize the types of communication- and K2 - Know the communication mix to support the integrated communication strategy- will rely on the oral transmission of information, through more expository methodologies, without neglecting to consider the complementarity with other methods for consolidating learning. In this context, synchronous formative activities of virtual classes and tutorial sessions and asynchronous video-lesson, podcast, and reading of article/scientific work/case study will be used.

Aptitude objectives AP1 - properly apply existing communication tools - and AP2 - identify communication tools and techniques, aligning them with the company's strategic and marketing objectives - will be achieved through a demonstrative teaching methodology, which consists of the form of transmission of knowledge that uses both explanation and demonstration simultaneously, where the teacher promotes the execution of a procedure, based on the demonstration. In this case, the operationalization of analysis tools and implementation of digital Ads.

Finally, the AT1 attitude objectives - theoretically understanding communication, describing the role of communication

in contemporary societies and organizations - and AT2- developing an integrated communication plan, either at a strategic or operational level, in the B2B context, with special attention to omnichannel- will be disseminated through an interrogative teaching methodology that consists of using the question and the formulation of questions that lead students to discern knowledge and seek solutions according to the information transmitted and the depth of autonomous study of each student. In this context, synchronous training activities of tutoring and asynchronous sessions of a virtual forum will be used.

4.4.10. Bibliografia de consulta/existência obrigatória e outros recursos de aprendizagem específicos para EaD:

Clow, K. E., Baack, D (2018). Integrated advertising, promotion, and marketing communications. Harlow: Pearson Education.
Kotler, P., Setiawan, I. & Kartajaya, H. (2021). Marketing 5.0: Technology For Humanity. New Jersey: John Wiley.
Lindstrom, Martin (2020). Brandwashed. Rio de Janeiro: Alta Books.
Ogden, J. R. (2008). Comunicação integrada de marketing: conceitos, técnicas e práticas. São Paulo: Pearson Prentice Hall.
O'Guinn, T., Allen, C., Scheinbaum, A. C. & Semenik, R. J. (2019). Advertising and Integrated Brand Promotion. Boston: Cengage.
Pasquale, P. P., Lammardo Neto, C. & Gomes, C. L. (2012). Comunicação integrada de marketing: a Teoria na Prática. Amsterdão: Elsevier.
Smith, P.R. & Zook, Z. (2020). Marketing communications: integrating online and offline, customer engagement and digital technologies. London: Kogan Page
Van Leeuwen, A. & Baaren, V. (2016). Persuasão na Publicidade. Espanha: Gustavo Gilli.
Young, M. (2017). Ogilvy on Advertising in the Digital Age. SP: Goodman.

Mapa IV - Ética e Responsabilidade Social

4.4.1.1. Designação da unidade curricular:

Ética e Responsabilidade Social

4.4.1.1. Title of curricular unit:

Ethics and Social Responsibility

4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:

FE

4.4.1.3. Duração(1):

Semestral

4.4.1.4. Horas de trabalho(2):

150

4.4.1.5.1. Horas de contacto assíncrono a distância(3):

T-28;

4.4.1.5.2. Horas de contacto síncrono a distância(3):

T-6; TP-17;

4.4.1.5.3. Horas de contacto presencial(3):

<sem resposta>

4.4.1.6. ECTS:

6

4.4.1.7. Observações(4):

A Ética e a Responsabilidade Social surgem interligadas nesta UC em contexto empresarial, pois os alunos destinatários são estudantes de Gestão de Marketing nas suas variadas especializações. Esta UC, conceptual, transforma a ética numa ciência prática e aplicada, direcionada para a resolução efetiva de dilemas, problemáticas e questões humanas, numa lógica de consultoria ética. Neste contexto, para cumprir o objetivo C1, de identificar os conceitos, práticas e técnicas de gestão de marketing usará 10% do tempo de trabalho. Outros 10% será para identificar métodos e técnicas de marketing para utilização estratégica (AP2), mais 10% para decidir uma estratégia para impulsionar o crescimento da empresa e 70% do tempo total será dedicado a desenvolver valor organizacional com qualidade, rigor científico e ética (AT2).

4.4.1.7.Observations:

Ethics and Social Responsibility are interconnected in this CU in a business context, as the recipient students are Marketing Management students in their various specializations. This CU, conceptual, transform ethics into a practical and applied science, aimed at the effective resolution of dilemmas, problems, and human issues, in a logic of ethical consultancy. In this context, to fulfill objective K1, of identifying the concepts, practices, and techniques of marketing management, it will use 10% of the working time. Another 10% will be to identify marketing methods and techniques for strategic use (AP2), another 10% to decide a strategy to drive the company's growth, and 70% of the total time will be dedicated to developing organizational value with quality, scientific rigor, and ethics (AT2).

4.4.2.Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):

Marta Liliana Nunes Bicho; 23 horas

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

<sem resposta>

4.4.4.Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o ensino a distância (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

C1. Compreender os princípios da ética e saber aplicá-los em situações concretas.

C2. Interpretar situações do contexto empresarial e suportar a decisão com base em princípios éticos.

C3. Conhecer os princípios de desenvolvimento de políticas de responsabilidade social e saber antecipar os seus impactos.

AP1. Saber mobilizar pessoas e decisores para a responsabilidade social.

AT1. Desenvolver o raciocínio ético e saber argumentar, formular e sustentar razões para defesa da decisão ética.

AT2. Saber interpretar, estruturar e desenvolver Códigos de Ética e/ou de Conduta.

4.4.4.Intended learning outcomes and respective compatibility with distance learning (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

K1. Understand the principles of ethics and know how to apply them in concrete situations.

K2. Interpret situations in the business context and support the decision based on ethical principles.

K3. Know the principles for developing social responsibility policies and know how to anticipate their impacts.

AP1. Know how to mobilize people and decision-makers towards social responsibility.

AT1. Develop ethical reasoning and know-how to argue, formulate and support reasons to defend the ethical decision.

AT2. Know how to interpret, structure, and develop Codes of Ethics and/or Conduct.

4.4.5.Conteúdos programáticos:

1.Noções Gerais de Ética

1.1 Conceitos e definições fundamentais

1.2 Ética e cultura religiosa

1.3 Valores, ética e moral

1.4 Deontologia profissional

1.5Conflitos éticos e preconceitos

2.Ética Laboral

2.1 Ética nos Negócios

2.2 Políticas Corporativas

2.3 Legislação e ética profissional

2.4Compliance

2.5 Ética e Liderança

3.Filosofia, política e sociedade

3.1Grandes pensadores

3.1Consciência política

3.3Modelos de sociedades

3.4 Ética e conhecimento científico

4.Cidadania e Responsabilidade Social

4.1Teoria da cidadania

4.2A Responsabilidade Social aplicada

4.4.5.Syllabus:

1.1 Fundamental concepts and definitions

1.2 Ethics and religious culture

1.3 Values, ethics, and morals

1.4 Professional deontology

1.5 Ethical conflicts and prejudices

2. Labor Ethics

2.1 Business Ethics

2.2 Corporate Policies**2.3 Legislation and professional ethics****2.4 Compliance****2.5 Ethics and Leadership****3. Philosophy, politics and society****3.1 Great thinkers****3.1 Political conscience****3.3 Society models****3.4 Ethics and scientific knowledge****4. Citizenship and Social Responsibility****4.1 Citizenship Theory****4.2 Social Responsibility applied****4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:**

O objetivos de conhecimento C1 (Compreender os princípios da ética e saber aplicá-los em situações concretas) será desenvolvido pelos conteúdos 1, 2 e 3. Já o C2 (Interpretar situações do contexto empresarial e suportar a decisão com base em princípios éticos) AT1 (Desenvolver o raciocínio ético e saber argumentar, formular e sustentar razões para defesa da decisão ética) e AT2 (Saber interpretar, estruturar e desenvolver Códigos de Ética e/ou de Conduta) serão desenvolvidos de maneira transversal por todos os conteúdos da unidade curricular, dada a importância que todos têm. Por fim, o objetivo C3 (Conhecer os princípios de desenvolvimento de políticas de responsabilidade social e saber antecipar os seus impactos) e AP1 (Saber mobilizar pessoas e decisores para a responsabilidade social) serão desenvolvidos com os conteúdos 4, 5 e 6.

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

Knowledge objectives K1 (Understanding the principles of ethics and knowing how to apply them in concrete situations) will be developed by contents 1, 2, and 3. Whereas K2 (Interpreting situations in the business context and supporting decisions based on ethical principles) AT1 (Developing ethical reasoning and knowing how to argue, formulate and support reasons for defending the ethical decision) and AT2 (Knowing how to interpret, structure, and develop Codes of Ethics and/or Conduct) will be developed across all contents of the course, given the importance that everyone has. Finally, objective K3 (Knowing the principles of developing social responsibility policies and knowing how to anticipate their impacts) and AP1 (Knowing how to mobilize people and decision-makers for social responsibility) will be developed with contents 4, 5, and 6.

4.4.7. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico (com indicação do número de estudantes por turma/grupo para as tipologias de horas de contacto relevantes, e com referência aos meios materiais e tecnológicos utilizados em cada tipologia):

O modelo pedagógico do IPAM é composto por 5 etapas que vão desde o acesso e motivação do estudante (I), socialização online (II), troca de informação (III), construção do conhecimento (IV) e desenvolvimento (V). Para que isto se torne possível, a UC contará com encontros síncronos, assíncronos e e-atividades onde o docente assume um papel de e-moderador do conhecimento ao estudante. Especificamente nesta UC, a missão do professor é transmitir o conhecimento científico, como também valores e experiências culturais, e ensinar as normas e princípios éticos e deontológicos de uma forma direcionada à área de especialização do aluno.

Neste contexto, nas aulas assíncronas terá:

- Lição Estúdio.

- Sessões virtuais assíncronas, previamente gravadas.

- Fóruns virtuais que permite a discussão informada sobre a teoria em debate, sendo lançada pelo professor / pelos estudantes.

As aulas teórico-práticas síncronas terão:

- Simulação/Role Play: Os estudantes são convidados a simular Situações de decisão com base nos princípios éticos, de forma a aplicar conceitos e técnicas específicas e a receber o feedback do docente e dos colegas.

- Aula digital: sessão síncrona lecionada e gravada pelo professor no LMS.

No trabalho autónomo, os estudantes realizarão:

- Estudo de caso: partindo de um documento onde se descreve uma situação real ou hipotética, os estudantes são convidados individualmente/em grupo a aplicar o conhecimento adquirido na sua análise e resolução, de forma analítica e exaustiva, relacionando factos e/ou possíveis soluções com conceitos fundamentais da unidade curricular.

- Problema: tendo por base uma situação inicial real, grupos de estudantes são levados ao levantamento de hipóteses que permitam identificar a causa do problema levantado pelo docente, bem como a identificação de soluções que permita a sua resolução. Será acompanhado em sessões tutoriais;

- Relatórios/Papers: atividade em que se analisa um problema a partir de diferentes perspetivas, incorporando um juízo crítico por parte dos estudantes. Em particular, os estudantes terão de fazer relatórios de progresso.

4.4.7. Specific teaching methodologies of the curricular unit and their link with the pedagogical model (point out the number of students per class/group to the types of relevant contact hours, with reference to the material and technological facilities used in each typology):

IPAM's pedagogical model consists of 5 stages ranging from student access and motivation (I), online socialization (II), information exchange (III), knowledge construction (IV), and development (V). For this to become possible, the CU will have synchronous and asynchronous meetings and e-activities where the teacher assumes the role of e-moderator of knowledge to the student. Specifically in this CU, the teacher's mission is to transmit scientific knowledge, as well as cultural values and experiences, and teach ethical and deontological norms and principles in a way directed to the

student's area of specialization.

In this context, in asynchronous classes you will have:

- Studio Lesson.

- Asynchronous, previously recorded virtual sessions.

- Virtual forums that allow for an informed discussion about the debated theory, being launched by the professor/students.

Synchronous theoretical-practical classes will have:

-Simulation/Role Play: Students are invited to simulate decision situations based on ethical principles, apply specific concepts and techniques and receive feedback from teachers and colleagues.

- Digital class: synchronous session taught and recorded by the teacher in the LMS.

In autonomous work, students will:

- Case study: starting from a document describing a real or hypothetical situation, students are invited individually/in groups to apply the knowledge acquired in its analysis and resolution, analytically and exhaustively, relating facts and/or possible solutions with fundamental concepts of the curricular unit.

-Problem: based on a real initial situation, groups of students are led to raise hypotheses that allow identifying the cause of the problem raised by the teacher, as well as the identification of solutions that allow its resolution. It will be accompanied in tutorial sessions;

-Reports/Papers: activity in which a problem is analyzed from different perspectives, incorporating a critical judgment by the students. In particular, students will be required to make progress reports.

4.4.8.Avaliação:

O processo de avaliação contempla os seguintes regimes: (i) avaliação contínua ou (ii) avaliação final. Em qualquer destes regimes, o estudante obterá aproveitamento se tiver classificação final igual ou superior a 10 valores. O modelo de avaliação contínua é aquele que decorre ao longo do período de aulas e reflete uma permanente interação entre docente e estudante, convergente com o modelo pedagógico do IPAM para o EaD, pois assume que os métodos de avaliação devem ser valorizados ao longo do processo de ensino e aprendizagem.

No regime de avaliação contínua será valorizada a avaliação formativa que permitirá acompanhar e, se necessário, ajustar o percurso do estudante, e a avaliação sumativa que permitirá avaliar a aquisição dos objetivos da UC.

Assume-se uma assiduidade mínima de 70% nas aulas síncronas, bem como uma interação mínima de 70% com as atividades assíncronas. Este cumprimento será verificado diretamente através das ferramentas analytics do LMS.

A avaliação contínua pressupõe três elementos:

i) Participação, medida em função da sua participação regular e em tempo útil nas atividades propostas no período de aulas, assim como do cumprimento das datas estabelecidas para a realização das atividades. O estudante deverá ter uma classificação mínima de 8 valores, contabilizando 20% da nota final.

ii) Avaliação sumativa intermédia, composta por atividades propostas pelo docente ao longo do período de aulas.

Nestas, o estudante deverá ter uma classificação mínima média de 8 valores, contabilizando 40% da nota final. Este elemento será composto por:

ii.a) Relatórios de progresso

ii.b) case studies com análise crítica e exaustivamente, articulando-o com conceitos fundamentais da UC.

iii) Avaliação sumativa final, composta por atividades propostas pelo docente no decorrer da época de avaliação (após o período de aulas). De forma a garantir a fiabilidade e autoria das respostas será utilizado o LockDown Browser.

Nestas, o estudante deverá ter uma classificação mínima média de 8 valores, contabilizando 40% da nota final. Este elemento será composto por:

iii.a) uma prova escrita e/ou teórica, com o objetivo de validar os conhecimentos adquiridos pelos estudantes e certificar competências.

iii.b) Portfolio: compilação individual do trabalho desenvolvido pelo estudante durante as atividades práticas, com reflexão crítica por parte do estudante sobre o trabalho desenvolvido

Por fim, o regime de avaliação final ocorre após o período de aulas e incidirá sobre todos os conteúdos lecionados na UC. De forma a garantir a fiabilidade e autoria das respostas será utilizado o LockDown Browser. Serão admitidos à avaliação final os estudantes que optem por esta opção, bem como os que não obtiverem aprovação na avaliação contínua. Nestas, o estudante deverá ter uma classificação mínima de 10 valores. Este elemento será composto por:

a) uma prova escrita e/ou teórica.

4.4.8.Assessment:

The evaluation process includes the following regimes: (i) continuous evaluation or (ii) final evaluation. In any of these schemes, the student will be successful if they have a final grade equal to or greater than 10 points. The continuous assessment model is the one that takes place throughout the class period and reflects a permanent interaction between teacher and student, convergent with the pedagogical model of the IPAM for distance education, as it assumes that assessment methods should be valued throughout the teaching and learning process.

In the ongoing assessment system, formative assessment that will allow monitoring and, if necessary, adjusting the student's path, and the summative assessment that will allow evaluating the acquisition of the CU objectives will be valued. A minimum attendance of 70% in synchronous classes is assumed, as well as a minimum interaction of 70% in asynchronous activities. This compliance will be verified directly through the LMS analytics tools.

Continuous assessment presupposes three elements:

i) Participation, measured in terms of regular and timely participation in the activities proposed during the class period, as well as compliance with the dates established for carrying out the activities. The student must have a minimum classification of 8 values, accounting for 20% of the final grade.

ii) Intermediate summative assessment, consisting of activities proposed by the teacher throughout the class period. In these, the student must have a minimum average classification of 8 values, accounting for 40% of the final grade. This element will consist of:

ii.a) Progress reports

ii.b) case studies with critical and exhaustive analysis, articulating it with fundamental concepts of CU.

iii) Final summative assessment, consisting of activities proposed by the teacher during the assessment period (after

the class period). To guarantee reliability and authoritative answers, the LockDownBrowser will be used. In these, the student must have a minimum average classification of 8 values, accounting for 40% of the final grade. This element will consist of:

iii. a) a written and/or theoretical test, to validate the knowledge acquired by the students and certify competencies.

iii.b) Portfolio: individual compilation of the work developed by the student during practical activities, with critical reflection by the student on the work developed

Finally, the final evaluation regime takes place after the class period and will focus on all content taught in the CU. To guarantee reliability and authoritative answers, the LockDownBrowser will be used. Students who opt for this option will be admitted to the final assessment, as well as those who do not pass the continuous assessment. In these, the student must have a minimum classification of 10 values. This element will consist of:

a) a written and/or theoretical test

4.4.9. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

Com o propósito de elaborar uma reflexão e discussão sobre a ética e responsabilidade social e o papel da universidade nessa construção, as metodologias de ensino assumem um papel crucial na construção deste conhecimento. É por meio destas que o estudante pode interpretar o ambiente de aprendizagem como um espaço privilegiado para o confronto de ideias, de troca de conhecimentos e experiências, de convivência e de contradições em busca de soluções dos diferentes problemas sociais. A conduta ética aqui estudada baseia-se em princípios orientadores e regras morais de valor social, cujo seguimento é uma opção em vez de um dever, perante o qual o indivíduo apenas responde naturalmente, usando-o para resolver os seus impasses éticos.

Neste contexto, entre metodologias expositivas, mas também ativas e inovadoras, os objetivos de aprendizagem irão se desenvolver ao longo desta unidade curricular.

Assim, para que se cumpram os objetivos de conhecimento C1 (Compreender os princípios da ética e saber aplicá-los em situações concretas), C2 (Interpretar situações do contexto empresarial e suportar a decisão com base em princípios éticos) e C3 (Conhecer os princípios de desenvolvimento de políticas de responsabilidade social e saber antecipar os seus impactos), terão espaço a exposição e desmonstração, onde o debate de ideias e contexto terá seu protagonismo.

Para que se cumpra o objetivo de aptidão AP1 (Saber mobilizar pessoas e decisores para a responsabilidade social) faz-se necessário que o estudante comece a assumir uma postura mais ativa diante do conhecimento a ser construído, por meio de ferramentas que possibilitem a colaboração e privilegiem o trabalho conjunto como forma de aprender, tais como fóruns virtuais e quizz com recurso à gamificação.

No que diz respeito aos objetivos de atitude AT1 (Desenvolver o raciocínio ético e saber argumentar, formular e sustentar razões para defesa da decisão ética) e AT2 (Saber interpretar, estruturar e desenvolver Códigos de Ética e/ou de Conduta), mais voltados a condutas e formas de agir perante determinados fenómenos, a metodologia questionadora terá seu espaço, por meio de Simulação/Role Play, na qual o estudante aplica conceitos específicos, à luz de casos reais.

4.4.9. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

To elaborate a reflection and discussion on ethics and social responsibility and the role of the university in this construction, teaching methodologies play a crucial role in the construction of this knowledge. It is through these that the student can interpret the learning environment as a privileged space for the confrontation of ideas, exchange of knowledge and experiences, coexistence, and contradictions in search of solutions to different social problems. The ethical conduct studied here is based on guiding principles and moral rules of social value, whose follow-up is an option rather than a duty, to which the individual only responds naturally, using it to resolve their ethical impasses. In this context, between expository methodologies, but also active and innovative, the learning objectives will develop throughout this course.

Thus, to fulfill the knowledge objectives K1 (Understanding the principles of ethics and knowing how to apply them in concrete situations), K2 (Interpreting situations in the business context and supporting the decision based on ethical principles), and K3 (Knowing the principles of developing social responsibility policies and knowing how to anticipate their impacts), there will be space for exhibitions and demonstrations, where the debate of ideas and context will play a leading role.

To fulfill the aptitude objective AP1 (Knowing how to mobilize people and decision-makers for social responsibility) the student must start taking a more active posture in the face of the knowledge to be built, through tools that enable collaboration and favor joint work as a way of learning, such as virtual forums and quiz using gamification.

About the objectives of attitude AT1 (Develop ethical reasoning and know-how to argue, formulate and sustain reasons for defending the ethical decision) and AT2 (Knowing how to interpret, structure and develop Codes of Ethics and/or Conduct), more focused on behaviors and ways of acting before certain phenomena, the questioning methodology will have its space, through Simulation/Role Play, in which the student applies specific concepts, in the light of real cases.

4.4.10. Bibliografia de consulta/existência obrigatória e outros recursos de aprendizagem específicos para EaD:

Ferrell, O. Fraedrich, J. Ferrell, L. (2019). *Business Ethics: Ethical Decision Making & Cases*. Boston: Cengage Learning.

Germak, A Singh, K. (2010). *Social Entrepreneurship: Changing the Way Social Workers Do Business*. *Administration in Social Work*, 34 (1), 79 – 95.

Herman, B. (2009). *The Practice of Moral Judgment*. Cambridge: Harvard university Press.

Ibrahim, N. Agelidis, J. Tomic, I. (2010). *Managers' Attitudes Toward Codes of Ethics: Are There Grander Differences?*. *Journal of Business Ethics*.

Mercier, S. (1999). *A Ética nas Empresas*. Porto: Edições Afrontamento.

Neves, C. (2008). *Introdução à Ética Empresarial*. Parede: Principia Editora.

Santos, J. (2012). *Introdução à Ética*. Lisboa: Edições Documenta.

Sidgwick, H. (1999). Outlines of the History of Ethics. New York:Thoemmes Press.

Sidgwick, H. (2010). The Methods of Ethics. New York: Macmillian.

Mapa IV - Economia e Negócios Internacionais

4.4.1.1.Designação da unidade curricular:

Economia e Negócios Internacionais

4.4.1.1.Title of curricular unit:

Economy and International Business

4.4.1.2.Sigla da área científica em que se insere:

CEmp

4.4.1.3.Duração(1):

Semestral

4.4.1.4.Horas de trabalho(2):

150

4.4.1.5.1Horas de contacto assíncrono a distância(3):

T-28;

4.4.1.5.2Horas de contacto síncrono a distância(3):

T-6; TP-17;

4.4.1.5.3Horas de contacto presencial(3):

<sem resposta>

4.4.1.6.ECTS:

6

4.4.1.7.Observações(4):

No contexto atual há que se considerar as implicações políticas, econômicas e sociais sobre o resultado das ações comerciais no âmbito internacional e nas empresas. Para tal, faz-se necessário o conhecimento trazido por esta UC acerca do contexto económico internacional. Entretanto há aqui o alinhamento com o marketing e a sua estratégia internacional, no contexto mais abrangente dos negócios internacionais

Assim, esta UC conceptual ajuda a cumprir os objetivos C1, identificar os conceitos, práticas e técnicas de gestão de marketing, em 10% do tempo, C2, aplicar os aspetos da gestão de organizações no marketing, em 20%, C3, interpretar contexto económico e financeiro e aplicá-lo aos negócios 30%, em 30%, AP1, demonstrar habilidades analíticas para melhor tomada de decisão, em 20% e AT1, decidir uma estratégia para impulsionar o crescimento da empresa em 20%, do CE.

4.4.1.7.Observations:

In the current context, the political, economic, and social implications of the result of commercial actions at the international level and in companies must be considered. For this, it is necessary the knowledge brought by this CU about the international economic context. However, there is an alignment here with marketing and its international strategy, in the broader context of international business

Thus, this conceptual CU helps to fulfill the objectives K1, identify the concepts, practices, and techniques of marketing management, in 10% of the time, K2, apply the aspects of managing organizations in marketing, in 20%, K3, interpret context economic and financial and apply it to the business 30%, in 30%, AP1, demonstrate analytical skills for better decision-making, in 20% and AT1, decide a strategy to drive the company's growth in 20%, from the SC.

4.4.2.Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):

Hermano Manuel Martins Gouveia; 23 horas

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

<sem resposta>

4.4.4.Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o ensino a distância (conhecimentos, aptidões e

competências a desenvolver pelos estudantes (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

- C1. Adquirir conhecimentos sobre o ambiente económico global.*
- C2. Avaliar e compreender a teoria do comércio e a política comercial internacional.*
- C3. Analisar a forma como as marcas competem no mercado global.*
- AP1. Explicar como o ambiente económico está integrado nas estratégias de marketing.*
- AP2. Reconhecer a globalização e o seu impacto no desenvolvimento económico.*
- AT1. Desenvolver um projeto de internacionalização para uma empresa.*

4.4.4. Intended learning outcomes and respective compatibility with distance learning (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

- K1. Acquire knowledge about the global economic environment.*
- K2. Assess and understand trade theory and international trade policy.*
- K3. Analyze how brands compete in the global marketplace.*
- AP1. Explain how the economic environment is integrated into marketing strategies.*
- AP2. Recognize globalization and its impact on economic development.*
- AT1. Develop an internationalization project for a company.*

4.4.5. Conteúdos programáticos:

- 1. Processo de Globalização**
 - 1.1 Introdução**
 - 1.2 Dimensões política, económica, social e cultural do fenómeno;**
 - 1.3 Stores internacionais.**
 - 1.4 Oferta, procura, determinação de preços em livre concorrência**
 - 1.5 Análise Keynesiana versus processos de globalização**

2. UE

- 2.1 Integração económica, monetária e política;**
- 2.2 UEM;**
- 2.3 Política económica da zona euro.**

3. Política Macroeconómica Internacional

- 3.1 SMI**
- 3.2 Nova ordem económica internacional (NOEI).**

4. A Empresa no Mercado Global

- 4.1 Comércio internacional;**
- 4.2 Riscos e incertezas da abertura internacional;**
- 4.3 Dinâmica de internacionalização;**
- 4.4 Estratégias de internacionalização;**
- 4.5 Comércio internacional: condições de import-export**
- 4.6 Fases de um Plano de Internacionalização.**
- 4.7 Valorização de investimentos**

5. Atores Económicos

- 5.1 Oportunidade e ameaças;**

6- Marketing Internacional

- 6.1 Conceito e Perspetivas.**
- 6.2 Planeamento da oferta global.**
- 6.3 Tendências do Mercado Internacional.**
- 6.4 Cadeia de Valor Global.**

4.4.5. Syllabus:

1. Globalization Process

- 1.1 Introduction**
- 1.2 Political, economic, social, and cultural dimensions of the phenomenon**
- 1.3 International stores.**
- 1.4 Supply, demand, pricing in free competition**
- 1.5 Keynesian analysis versus globalization processes**

2. European Union

- 2.1 Economic, monetary, and political integration;**
- 2.2 Economic and Monetary Union (EMU);**
- 2.3 Eurozone economic policy.**

3. International Macroeconomic Policy

- 3.1 International Monetary System (IMS);**
- 3.2 NIEO**

4. The Company in the Global Market

- 4.1 International trade;
- 4.2 Risks and uncertainties of international opening;
- 4.3 Internationalization dynamics;
- 4.4 Internationalization strategies;
- 4.5 International trade: import-export conditions
- 4.6 Phases of an Internationalization Plan.
- 4.7 Investment appreciation

5. Economic Actors

- 5.1 Opportunity and threats;

6- International Marketing

- 6.1 Concept and Perspectives.
- 6.2 Planning of the global offer.
- 6.3 International Market Trends.
- 6.4 Global Value Chain.

4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

De acordo com o objetivo C1, o estudante deve adquirir conhecimentos sobre o ambiente económico global e o fará com o suporte dos conteúdos 1, 2 e 3. O objetivo C2 permite ao aluno avaliar e compreender a teoria do comércio e a política comercial internacional, por meio dos conteúdos 3 e 4. E o objetivo C3 de analisar a forma como as marcas competem no mercado global, terá suporte nos conteúdos 4, 5 e 6. O objetivo de aptidão AP1 (explicar como o ambiente económico está integrado nas estratégias de marketing) será desenvolvido transversalmente por todos os conteúdos da UC e o AP2 (reconhecer a globalização e o seu impacto no desenvolvimento económico) terá como suporte os conteúdos 2 e 3. Por fim, o AT1 (desenvolver um projeto de internacionalização para uma empresa) será desenvolvido pelos conteúdos 4, 5 e 6.

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

According to objective K1, the student must acquire knowledge about the global economic environment and will do so with the support of contents 1, 2, and 3. Objective K2 allows the student to evaluate and understand the theory of trade and international trade policy, through contents 3 and 4. And the K3 objective of analyzing how brands compete in the global market will be supported by contents 4, 5, and 6. The aptitude objective AP1 (explain how the economic environment is integrated with the strategies of marketing) will be developed across all CU contents and AP2 (recognizing globalization and its impact on economic development) will be supported by contents 2 and 3. Finally, AT1 (develop an internationalization project for a company) will be developed by contents 4, 5, and 6.

4.4.7. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico (com indicação do número de estudantes por turma/grupo para as tipologias de horas de contacto relevantes, e com referência aos meios materiais e tecnológicos utilizados em cada tipologia):

O modelo pedagógico que dá suporte ao CE online é composto, neste contexto, por 5 etapas que esta UC ajuda a cumprir. Neste contexto, serão utilizadas metodologias ora ativas ora integrativas e formativas, Na etapa I serão utilizadas tutoriais em vídeo. Serão dispostas metodologias que permitam não somente a socialização do estudante, como também garantirá a segurança e os recursos de que ele precisa para construir o conhecimento no ensino a distância, que cumprirão da etapa II a IV, por meio de uma postura mais ativa do docente que culmina com o papel de e-moderador em atividades colaborativas e integradoras, fóruns de discussão e leituras de obras científicas no repositório virtual. O estudante já se prepara para a etapa V, a etapa avaliativa.

De forma mais específica, as aulas assíncronas contarão com aulas gravadas em que o docente apresenta conceitos, mas também casos de estudo e dilemas para reflexão, no contexto de uma empresa global e sua equipa. Também fóruns de discussão em plataformas colaborativas, onde o docente lança um debate com vistas a soluções concretas, também no sentido de incentivar os estudantes a identificarem as áreas onde poderão melhorar, no sentido do bem-estar dos que trabalham na organização, sem deixar de contribuir para a eficácia e eficiência. Aqui, o papel de consolidação de conhecimento, por meio de fóruns virtuais, discussões em ambientes colaborativos e dialogação crítica quando o estudante irá deparar-se com casos reais trazidos por empresas ao ambiente de aprendizagem. Os alunos também assumirão um papel ativo no ensino aprendizagem, quando, através da leitura de obras disponibilizadas no repositório virtual pelo docente.

Já nas aulas síncronas, esta UC contará com e-atividades que dinamizem a forma de aprender. A aula digital será um recurso de suporte, mas o foco serão as atividades resultante do trabalho autónomo do aluno, realizado anteriormente. No que diz respeito ao trabalho autónomo, os estudantes realizarão estudos sobre adaptação a contextos internacionais e construção de estratégias internacionais, no contexto do marketing.

4.4.7. Specific teaching methodologies of the curricular unit and their link with the pedagogical model (point out the number of students per class/group to the types of relevant contact hours, with reference to the material and technological facilities used in each typology):

The pedagogical model that supports the SC online is composed, in this context, of 5 stages that this CU helps to fulfill. In this context, either active or integrative and formative methodologies will be used. In step I, video tutorials will be used. Methodologies will be available that not only allow the student's socialization but also guarantee the security and the resources they need to build knowledge in distance education, which will fulfill from stage II to IV, through a more active posture of the teacher which culminates in the role of e-moderator in collaborative and integrative activities, discussion forums and readings of scientific works in the virtual repository. The student is already preparing

for step V, the evaluative step.

More specifically, asynchronous classes will feature recorded classes in which the teacher presents concepts, but also case studies and dilemmas for reflection, in the context of a global company and its team. Also discussion forums on collaborative platforms, where the teacher launches a debate with a view to concrete solutions, also in order to encourage students to identify areas where they can improve, in the sense of the well-being of those who work in the organization, without ceasing to contribute to effectiveness and efficiency. Here, the role of knowledge consolidation, through virtual forums, discussions in collaborative environments, and critical dialogue when the student will come across real cases brought by companies to the learning environment.

Students will also take an active role in teaching-learning, when, through reading works made available in the virtual repository by the teacher.

In synchronous classes, this CU will feature e-activities that streamline the way of learning. The digital class will be a support resource, but the focus will be activities resulting from the autonomous work of the student, carried out previously.

With regard to autonomous work, students will carry out studies on adaptation to international contexts and construction of international strategies, in the context of marketing.

4.4.8.Avaliação:

O processo de avaliação contempla os seguintes regimes: (i) avaliação contínua ou (ii) avaliação final. Em qualquer destes, o estudante obterá aproveitamento se tiver classificação final igual ou superior a 10 valores. O modelo de avaliação contínua é aquele que decorre ao longo do período de aulas e reflete uma permanente interação entre docente e estudante, convergente com o modelo pedagógico do IPAM para o EaD, pois assume que os métodos de avaliação devem ser valorizados ao longo do processo de ensino e aprendizagem.

No regime de avaliação contínua será valorizada a avaliação formativa que permitirá acompanhar e, se necessário, ajustar o percurso do estudante, e a avaliação sumativa que permitirá avaliar a aquisição dos objetivos da UC.

Assume-se uma assiduidade mínima de 70% nas aulas síncronas, bem como uma interação mínima de 70% com as atividades assíncronas. Este cumprimento será verificado diretamente através das ferramentas analytics do LMS.

A avaliação contínua pressupõe três elementos:

i) Participação, medida em função da regularidade e tempo útil nas atividades propostas no período de aulas, assim como do cumprimento das datas estabelecidas para a realização das atividades. O estudante deverá ter uma classificação mínima de 8 valores, contabilizando 20% da nota final.

ii) Avaliação sumativa intermédia, por atividades propostas pelo docente ao longo do período de aulas. Nestas, o estudante deverá ter uma classificação mínima de 8 valores, contabilizando 40% da nota final. Este elemento será composto por:

ii.a) interview-based learning. Esta e-atividade será realizada para trazer à tona a perceção sobre a junção entre teoria e prática numa organização, a qual o entrevistado fará parte.

iii) Avaliação sumativa final, composta por atividades propostas pelo docente no decorrer da época de avaliação (após o período de aulas). De forma a garantir a fiabilidade e autoria das respostas será utilizado o LockDown Browser.

Nestas, o estudante deverá ter uma classificação mínima média de 8 valores, contabilizando 40% da nota final. Este elemento será composto por:

iii.a) uma prova escrita e/ou teórica

iii.b) um diagnóstico de um mercado internacional para uma empresa real que deseje internacionalizar.

Por fim, o regime de avaliação final ocorre após o período de aulas e incidirá sobre todos os conteúdos lecionados na UC. De forma a garantir a fiabilidade e autoria das respostas será utilizado o LockDown Browser. Serão admitidos à avaliação final os estudantes que optem por esta opção, bem como os que não obtiverem aprovação na avaliação contínua. Nestas, o estudante deverá ter uma classificação mínima de 10 valores. Este elemento será composto por:

a) uma prova escrita e/ou teórica.

4.4.8.Assessment:

The evaluation process includes the following regimes: (i) continuous evaluation or (ii) final evaluation. In any of these schemes, the student will be successful if they have a final grade equal to or greater than 10 points. The continuous assessment model is the one that takes place throughout the class period and reflects a permanent interaction between teacher and student, convergent with the pedagogical model of the IPAM for distance education, as it assumes that assessment methods should be valued throughout the teaching and learning process.

In the ongoing assessment system, formative assessment that will allow monitoring and, if necessary, adjusting the student's path, and the summative assessment that will allow evaluating the acquisition of the CU objectives will be valued. A minimum attendance of 70% in synchronous classes is assumed, as well as a minimum interaction of 70% in asynchronous activities. This compliance will be verified directly through the LMS analytics tools.

Continuous assessment presupposes three elements:

i) Participation, measured in terms of regular and timely participation in the activities proposed during the class period, as well as compliance with the dates established for carrying out the activities. The student must have a minimum classification of 8 values, accounting for 20% of the final grade.

ii) Intermediate summative assessment, consisting of activities proposed by the teacher throughout the class period. In these, the student must have a minimum classification of 8 values, accounting for 40% of the final grade. This element will consist of:

ii.a) interview-based learning. This e-activity will be carried out to bring to light the perception about the junction between theory and practice in an organization, which the interviewee will be part of.

iii) Final summative assessment, consisting of activities proposed by the teacher during the assessment period (after the class period). To guarantee reliability and authoritative answers, the LockDownBrowser will be used. In these, the student must have a minimum average classification of 8 values, accounting for 40% of the final grade. This element will consist of:

iii. a) a written and/or theoretical test, to validate the knowledge acquired by the students and certify competencies .

iii.b) a diagnosis of an international market for a real company that wishes to internationalize.

Finally, the final evaluation regime takes place after the class period and will focus on all content taught in the CU. To

guarantee reliability and authoritative answers, the LockDownBrowser will be used. Students who opt for this option will be admitted to the final assessment, as well as those who do not pass the continuous assessment. In these, the student must have a minimum classification of 10 values. This element will consist of:

a) *a written and/or theoretical test*

4.4.9.Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

O marketing internacional como um processo de otimização de recursos e orientação dos objetivos de uma empresa através de um mercado global, necessita de um suporte teórico acerca da estruturação e funcionamento deste mercado a nível conceptual.

A preocupação aqui, a nível metodológico é com a escolha de metodologias que tornem este conhecimento mais atrativo para o estudante de gestão de marketing. Assim, tem lugar as metodologias expositivas acerca do contexto global de mercado e internacionalização, mas também e-atividades que consolidem o conhecimento do marketing e sua estratégia internacional no contexto mais abrangente dos negócios internacionais, sobretudo na análise internacional e áreas chave. Para tanto, optou-se por questionamentos e discussões com espírito crítico, assim como a colaboração de convidados, nomeadamente atores no mercado internacional que irão contar suas experiências, desafios e barreiras que precisam ser transpostas.

Assim serão desenvolvidos os objetivos de conhecimento C1 (adquirir conhecimentos sobre o ambiente económico global), C2 (avaliar e compreender a teoria do comércio e a política comercial internacional) e C3 (analisar a forma como as marcas competem no mercado global), mas também o AP1 (explicar como o ambiente económico está integrado nas estratégias de marketing) e AP2 (reconhecer a globalização e o seu impacto no desenvolvimento económico). Já o AT1 (desenvolver um projeto de internacionalização para uma empresa), traz consigo o desenvolvimento mais autónomo e proactivo do estudante, com vistas a consolidação do conhecimento de toda unidade curricular.

4.4.9.Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

International marketing as a process of optimizing resources and guiding a company's goals through a global market needs theoretical support about the structuring and functioning of this market at a conceptual level.

The concern here, at the methodological level, is with the choice of methodologies that make this knowledge more attractive to the marketing management student. Thus, expository methodologies about the global context of the market and internationalization take place, but also e-activities that consolidate the knowledge of marketing and its international strategy in the broader context of international business, especially in international analysis and key areas. For this purpose, questions and discussions with a critical spirit were chosen, as well as the collaboration of guests, namely actors in the international market who will share their experiences, challenges, and barriers that need to be overcome.

Thus, knowledge objectives K1 (acquiring knowledge about the global economic environment), K2 (evaluating and understanding the theory of trade and international trade policy), and K3 (analyzing how brands compete in the global market) will be developed, but also o AP1 (explain how the economic environment is integrated into marketing strategies) and AP2 (recognize globalization and its impact on economic development). The AT1 (develop an internationalization project for a company), on the other hand, brings with it the most autonomous and proactive development of the student, with a view to consolidating the knowledge of the entire curricular unit.

4.4.10.Bibliografia de consulta/existência obrigatória e outros recursos de aprendizagem específicos para EaD:

Africano, A, et. al. (2018) Comércio Internacional. Lisboa: Almedina
Amador, J. (2017) Portugal e o Comércio Internacional. Lisboa: Fundação Francisco Manuel dos Santos
Dlabay, L. & Scott, J. C. (2010). Internacional Business. Boston: Cengage Learning.
Gerber, J. (2018). International Economics. London: Pearson.
Hill, C.W.L. (2021). International business: competing in the global marketplace. New York: McGraw-Hill.
Krugman, O.R; Obstfeld, M. & Melitz, M.J. (2018). International economics. London: Pearson.
Medeiros, E.R. (2013). Economia Internacional - Comércio e Finanças. Lisboa: Escolar Editora.
Pinho, F. et al. (2019) Marketing Internacional - Negócios à escala global. Lisboa: Actual editora
Reinert, K.A. (2021). An introduction to international economics. Cambridge: Cambridge University Press.
Viana, C. & Hortinha, J. (2009). Marketing internacional. Lisboa: Sílabo.
Cateora, P.R., Graham, J. & Gilly, M.C. (2019). International Marketing. New York: McGraw-Hill.

Mapa IV - Contabilidade de Gestão

4.4.1.1.Designação da unidade curricular:

Contabilidade de Gestão

4.4.1.1.Title of curricular unit:

Management Accounting

4.4.1.2.Sigla da área científica em que se insere:

CEmp

4.4.1.3.Duração(1):

Semestral

4.4.1.4.Horas de trabalho(2):

150

4.4.1.5.1Horas de contacto assíncrono a distância(3):

T-28;

4.4.1.5.2Horas de contacto síncrono a distância(3):

TP-23;

4.4.1.5.3Horas de contacto presencial(3):

<sem resposta>

4.4.1.6.ECTS:

6

4.4.1.7.Observações(4):

Ao longo desta unidade curricular pretende-se dotar os alunos de noções gerais sobre a natureza e fins da contabilidade, preparando-os para a compreensão de um balanço e uma demonstração de resultados, como principais instrumentos de gestão, a desenvolver posteriormente em Gestão Financeira.

É aplicativa e ganha importância a medida que prepara o estudante para além da ideia de vender produtos e serviços, demonstrando que, para ter sucesso, é preciso otimizar os resultados de maneira global.

Relaciona-se com os objetivos C2 (Aplicar os aspetos da gestão de organizações no marketing) em 20%; C3 (Interpretar contexto económico e financeiro e aplicá-lo aos negócios) em 60% e AP1 (demonstrar habilidades analíticas para melhor tomada de decisão) em 20%;

4.4.1.7.Observations:

Throughout this course it is intended to provide students with general notions about the nature and purposes of accounting, preparing them to understand a balance sheet and an income statement, as the main management tools, to be developed later in Financial Management.

It is applicative and gains importance as it prepares the student to go beyond the idea of selling products and services, demonstrating that, to be successful, it is necessary to optimize results globally.

It relates to the K2 objectives (Applying the management aspects of organizations in marketing) by 20%; K3 (Interpret economic and financial context and apply it to business) at 60% and AP1 (demonstrate analytical skills for better decision making) at 20%.

4.4.2.Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):

Carlos Augusto Sousa Abrunhosa de Brito; 23 horas

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

<sem resposta>

4.4.4.Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o ensino a distância (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

C1. Conhecer as principais demonstrações contábeis úteis à gestão de Marketing.

AP1. Articular noções gerais sobre a natureza e fins da contabilidade;

AP2. Extrair informações da Contabilidade para fins de tomada de decisão.

4.4.4.Intended learning outcomes and respective compatibility with distance learning (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

K1. Knowing the main accounting statements is useful to Marketing management.

AP1. Articulate general notions about the nature and purposes of accounting;

AP2. Extract information from accounting for decision-making purposes.

4.4.5.Conteúdos programáticos:

1. Contabilidade: conceito, objeto e objetivo

1.1 A função da Contabilidade na Empresa

1.2 A Contabilidade e a Economia

1.3 Princípios Gerais de Contabilidade

1.4 Relações com outras funções da organização

1.5 Contabilidade como sistema da informação contábil

2. Património

2.1 Conjunto de Elementos Patrimoniais

2.2 Estrutura e Dinâmica Patrimonial

2.3 Origem e aplicação de recursos.

- 2.4 Balanço: Grupos e Contas.
- 3. As Contas
- 3.1 Classificação e caracterização das contas
- 4. Reports Contábeis
- 4.1 O Balanço
- 4.2 O Inventário
- 4.3 Os resultados
- 5. Introdução à Análise das Demonstrações Financeiras
- 6. Noções de Contabilidade de Custos
- 7. Noções de Orçamentos e Projeções

4.4.5.Syllabus:

- 1. Accounting: concept, object, and objective
- 1.1 The Role of Accounting in the Company
- 1.2 Accounting and Economics
- 1.3 General Accounting Principles
- 1.4 Relationships with other functions of the organization
- 1.5 Accounting as an accounting information system
- 2. Heritage
- 2.1 Set of Heritage Elements
- 2.2 Patrimonial Structure and Dynamics
- 2.3 Origin and application of resources.
- 2.4 Balance Sheet: Groups and Accounts.
- 3. The Accounts
- 3.1 Classification and characterization of accounts
- 4. Accounting Reports
- 4.1 The swing
- 4.2 The inventory
- 4.3 The results
- 5. Introduction to the Analysis of Financial Statements
- 6. Notions of Cost Accounting
- 7. Notions of Budgets and Projections

4.4.6.Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

Os objetivos C1 (Conhecer as principais demonstrações contábeis úteis à gestão de Marketing) será desenvolvido com o apoio dos conteúdos 4 e 5. O AP1 (Articular noções gerais sobre a natureza e fins da contabilidade) será trabalhado nos conteúdos 1, 2, 3 e 4. E o conteúdo AP2 (Extrair informações da Contabilidade para fins de tomada de decisão) será desenvolvido de forma transversal por todos os conteúdos desta unidade curricular.

4.4.6.Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

Objectives K1 (Knowing the main accounting statements useful for Marketing management) will be developed with the support of contents 4 and 5. AP1 (Articulate general notions about the nature and purposes of accounting) will be worked on contents 1, 2, 3, and 4. And the AP2 content (Extracting information from accounting for decision-making purposes) will be developed across all contents of this course.

4.4.7.Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico (com indicação do número de estudantes por turma/grupo para as tipologias de horas de contacto relevantes, e com referência aos meios materiais e tecnológicos utilizados em cada tipologia):

O modelo pedagógico do IPAM, composto por 5 fases está aqui representado por diferentes metodologias de ensino, entre encontros síncronos e assíncronos. A par do uso do método expositivo e demonstrativo, nomeadamente por ferramentas virtuais que permitam ao docente uma maior interatividade com o estudante, haverá lugar a debate de ideias, palestras de empresas e participação individual e em grupo. Na fase I será utilizada uma sessão de tutoria para certificar que os estudantes se familiarizam com o LMS, na fase II, fóruns virtuais para que os estudantes socializem entre si. Nas sessões teórico-práticas o método a privilegiar será o trabalho de grupo e workshops, além de vídeo-lições, repositórios de referências e aulas virtuais (fases III e IV), em que o docente assume o papel de e-moderador e o aluno uma postura mais autónoma. Os alunos serão convidados e estimulados a realizarem um trabalho em grupo relacionado com os principais temas da Unidade Curricular (fase V).

As aulas teóricas assíncronas terão:

- Lição Estúdio, utilizado para a introdução da UC.

- Sessões virtuais assíncronas, previamente gravadas.

-Fóruns: permite a discussão informada sobre a teoria em debate, sendo lançada pelo professor / pelos estudantes. Será assente em artigos científicos, notícias que circulem nos media ou outros conteúdos que possam instigar a aplicação do conhecimento adquirido a situações concretas no contexto contabilístico.

As aulas teórico-práticas síncronas terão:

- Aula digital: sessão síncrona lecionada e gravada pelo professor no LMS.

- Ideação Colaborativa com recurso a plataformas virtuais onde os alunos preenchem post-its com ideias acerca da análise de um balanço patrimonial e DRE.

No trabalho autónomo, os estudantes realizarão:

-Problem-based learning: tendo por base uma situação inicial real/hipotética de um balanço patrimonial e DRE, com acompanhamento em sessões tutoriais;

- *Leitura autónoma do material publicado pelo docente no contexto da UC, a fim de prepará-lo para os fóruns e ideação colaborativa.*

4.4.7. Specific teaching methodologies of the curricular unit and their link with the pedagogical model (point out the number of students per class/group to the types of relevant contact hours, with reference to the material and technological facilities used in each typology):

The pedagogical model of IPAM, composed of 5 phases, is represented here by different teaching methodologies, between synchronous and asynchronous meetings. In addition to the use of the expository and demonstrative method, namely through virtual tools that allow the teacher to have greater interactivity with the student, there will be room for debate of ideas, lectures by companies, and individual and group participation. In phase I, a tutoring session will be used to make sure students are familiarized with the LMS, in phase II, virtual forums for students to socialize with each other. In the theoretical-practical sessions, the method to be privileged will be group work and workshops, in addition to video lessons, reference repositories, and virtual classes (phases III and IV), in which the teacher assumes the role of e-moderator and the student a more autonomous stance. Students will be invited and encouraged to carry out group work related to the main themes of the Curricular Unit (phase V).

Asynchronous theoretical classes will have:

- *Studio Lesson, used for the introduction of CU.*

- *Asynchronous, previously recorded virtual sessions.*

- *Forums: allows for informed discussion about the debated theory, being launched by the professor/students. It will be based on scientific articles, news circulating in the media, or other content that may instigate the application of acquired knowledge to specific situations in the accounting context.*

Synchronous theoretical-practical classes will have:

- *Digital class: synchronous session taught and recorded by the teacher in the LMS.*

- *Collaborative Ideation uses virtual platforms where students fill in post-its with ideas about analyzing a balance sheet and Income Statements.*

In autonomous work, students will:

- *Problem-based learning: based on a real/hypothetical initial situation of a balance sheet and DRE, with follow-up in tutorial sessions;*

- *Autonomous reading of material published by the professor in the context of the CU, to prepare it for forums and collaborative ideation.*

4.4.8. Avaliação:

O processo de avaliação contempla os seguintes regimes: (i) avaliação contínua ou (ii) avaliação final. Em qualquer destes regimes, o estudante obterá aproveitamento se tiver classificação final igual ou superior a 10 valores. O modelo de avaliação contínua é aquele que decorre ao longo do período de aulas e reflete uma permanente interação entre docente e estudante, convergente com o modelo pedagógico do IPAM para o EaD, pois assume que os métodos de avaliação devem ser valorizados ao longo do processo de ensino e aprendizagem.

No regime de avaliação contínua será valorizada a avaliação formativa que permitirá acompanhar e, se necessário, ajustar o percurso do estudante, e a avaliação sumativa que permitirá avaliar a aquisição dos objetivos da UC.

Assume-se uma assiduidade mínima de 70% nas aulas síncronas, bem como uma interação mínima de 70% com as atividades assíncronas. Este cumprimento será verificado diretamente através das ferramentas analytics do LMS.

A avaliação contínua pressupõe três elementos:

i) Participação, medida em função da sua participação regular e em tempo útil nas atividades propostas no período de aulas, assim como do cumprimento das datas estabelecidas para a realização das atividades. O estudante deverá ter uma classificação mínima de 8 valores, contabilizando 20% da nota final.

ii) Avaliação sumativa intermédia, composta por atividades propostas pelo docente ao longo do período de aulas.

Nestas, o estudante deverá ter uma classificação mínima de 8 valores, contabilizando 40% da nota final. Este elemento será composto por:

ii.a) Game-based Learning: com recurso a plataformas que permitam os alunos analisarem a relevância de itens presentes num Balanço e numa DRE, com vistas a fixar e refletir sobre a importância destes.

iii) Avaliação sumativa final, composta por atividades propostas pelo docente no decorrer da época de avaliação (após o período de aulas). De forma a garantir a fiabilidade e autoria das respostas será utilizado o LockDown Browser. Nestas, o estudante deverá ter uma classificação mínima média de 8 valores, contabilizando 40% da nota final. Este elemento será composto por:

iii.a) uma prova escrita e/ou teórica

iii.b) Relatório individual/em grupo, onde os estudantes terão que fazer uso de demonstrações contábeis, a fim de perceber quais informações são úteis ao planeamento estratégico da gestão de marketing.

Por último, o regime de avaliação final ocorre exclusivamente após o período de aulas e incidirá sobre todos os conteúdos lecionados na UC. De forma a garantir a fiabilidade e autoria das respostas será utilizado o LockDown Browser. Serão admitidos à avaliação final os estudantes que optem por esta opção, bem como aqueles que não tenham obtido aprovação no regime de avaliação contínua. Nestas, o estudante deverá ter uma classificação mínima de 10 valores. Este elemento será composto por:

a) uma prova escrita e/ou teórica.

4.4.8. Assessment:

The evaluation process includes the following regimes: (i) continuous evaluation or (ii) final evaluation. In any of these schemes, the student will be successful if they have a final grade equal to or greater than 10 points. The continuous assessment model is the one that takes place throughout the class period and reflects a permanent interaction between teacher and student, convergent with the pedagogical model of the IPAM for distance education, as it assumes that assessment methods should be valued throughout the teaching and learning process.

In the ongoing assessment system, formative assessment that will allow monitoring and, if necessary, adjusting the student's path, and the summative assessment that will allow evaluating the acquisition of the CU objectives will be

valued. A minimum attendance of 70% in synchronous classes is assumed, as well as a minimum interaction of 70% in asynchronous activities. This compliance will be verified directly through the LMS analytics tools.

Continuous assessment presupposes three elements:

i) Participation, measured in terms of regular and timely participation in the activities proposed during the class period, as well as compliance with the dates established for carrying out the activities. The student must have a minimum classification of 8 values, accounting for 20% of the final grade.

ii) Intermediate summative assessment, consisting of activities proposed by the teacher throughout the class period. In these, the student must have a minimum classification of 8 values, accounting for 40% of the final grade. This element will consist of:

ii.a) Game-based Learning: using platforms that allow students to analyze the relevance of items present in a Balance Sheet and a DRE, to establish and reflect on their importance.

iii) Final summative assessment, consisting of activities proposed by the teacher during the assessment period (after the class period). In order to guarantee the reliability and authorship of the answers, the LockDown Browser will be used. In these, the student must have a minimum average grade of 8 points, accounting for 40% of the final grade. This element will consist of:

iii.a) a written and/or theoretical test

iii.b) Individual/group report, where students will have to make use of accounting statements, to understand which information is useful for strategic planning of marketing management.

The final assessment regime occurs exclusively after the lecturing period and will focus on all content lectured at the CU. In order to guarantee the reliability and authorship of the answers, the LockDown Browser will be used. Students who choose this option will be admitted to the final assessment, as well as those who have not passed the continuous assessment regime. In these, the student must have a minimum grade of 10 points. This element will consist of:

a) a written and/or theoretical test.

4.4.9. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

O objetivo de conhecimento C1 - Conhecer as principais demonstrações contábeis úteis à gestão de Marketing- tem como fundamento o domínio de conceitos e relações no plano da memória, muito associados ao saber, componente mais cognitiva. Assim, a fim de alcançar o seu desenvolvimento, serão atribuídas metodologias expositivas em conjunto com e-atividade que promovam a fixação dos conteúdos, tais como aulas em vídeo, sessões tutoriais, além do recurso à gamificação, a fim de que o estudante aplique o conhecimento de forma dinâmica e pró-ativa para a análise de demonstrações contábeis.

Relativamente aos objetivos de aptidão AP1 - Articular noções gerais sobre a natureza e fins da contabilidade- e AP2- Extrair informações da Contabilidade para fins de tomada de decisão- mais voltados à capacidade dos estudantes em execução de determinadas tarefas, terão as ferramentas colaborativas de trabalho como suporte, nomeadamente ideação colaborativa na nuvem, para que o processo de análise e posterior decisão tenha uma componente de trabalho em colaboração com o grupo.

4.4.9. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

The knowledge objective K1 - Knowing the main accounting statements useful for Marketing management - is based on the domain of concepts and relationships in the memory plane, which are closely associated with knowledge, a more cognitive component. Thus, to achieve its development, expository methodologies will be assigned together with e-activity that promote the fixation of contents, such as video classes, tutorial sessions, in addition to the use of gamification, so that the student can apply the knowledge dynamically and proactively for the analysis of financial statements.

Regarding aptitude objectives AP1 - Articulate general notions about the nature and purposes of accounting - and AP2- Extract information from Accounting for decision-making purposes - more focused on the ability of students to perform certain tasks, they will have collaborative work tools as support, namely collaborative ideation in the cloud, so that the process of analysis and a subsequent decision has a working component in collaboration with the group.

4.4.10. Bibliografia de consulta/existência obrigatória e outros recursos de aprendizagem específicos para EaD:

Atkinson, A.A. & Kaplan, R. S. (1998). *Advanced Management Accounting*. New Jersey: Prentice-Hall.

Caiado, A. C. P. (2005). *Casos Práticos de Contabilidade Analítica*. Lisboa: Áreas Editora.

Caiado, A. C. (2015). *Contabilidade Analítica e de Gestão*. Lisboa: Áreas Editora.

Horngren, C.T, Foster, G. & Datar, S.M. (2003). *Cost Accounting: A Managerial Emphasis*. New Jersey: Prentice Hall.

Morais, A.I. et al (2005). *Contabilidade de Gestão: O apuramento dos custos e a informação de apoio à decisão*. Lisboa: Publisher Team.

Mortal, A.B. (2007). *Contabilidade de Gestão*. Lisboa: Rei dos Livros.

Pereira, C.C. & Franco, V.C. (2001). *Contabilidade Analítica*. Lisboa: Rei dos Livros.

Rocha, A. Rubio, J.B. (2000). *Princípios de Contabilidade Analítica*. Viseu: Vislis Editores.

Rodrigues, J. (2019). *SNC: Sistema de Normalização Contabilística Explicado*. Porto: Porto Editora.

Santos, C.F. (1998). *A Contabilidade Analítica: Um Apoio à Gestão*. Lisboa: Rei dos Livros.

Mapa IV - Fundamentos da Programação

4.4.1.1. Designação da unidade curricular:

Fundamentos da Programação

4.4.1.1. Title of curricular unit:

Programming Fundamentals

4.4.1.2.Sigla da área científica em que se insere:*CI***4.4.1.3.Duração(1):***Semestral***4.4.1.4.Horas de trabalho(2):***150***4.4.1.5.1Horas de contacto assíncrono a distância(3):***T-14; TP-14;***4.4.1.5.2Horas de contacto síncrono a distância(3):***TP-6; PL-17;***4.4.1.5.3Horas de contacto presencial(3):***<sem resposta>***4.4.1.6.ECTS:***6***4.4.1.7.Observações(4):**

A UC de Fundamentos da Programação enquadra-se nas UC's de tipologia Laboratorial. É uma unidade curricular que sucede à UC de Metodologias de Investigação e precede a UC de Estatística, com o intuito de capacitar os estudantes para o desenvolvimento de atividades de investigação, através da análise e normalização de dados, empregando técnicas de problem-solving com recurso à lógica computacional e programação. Embora seja uma UC transversal a todos os ciclos de estudo, seus conteúdos foram construídos de maneiras a possibilitar adequações ao contexto de cada ciclo, neste caso de Gestão de Marketing. Assim, ajuda a desenvolver os objetivos C1 (Identificar os conceitos, práticas e técnicas de gestão de marketing) em 30% das horas de trabalho, AP1 (Identificar métodos e técnicas de marketing para utilização estratégica) em 40% das horas e trabalho e AT2 em 30% (Desenvolver valor organizacional com qualidade, rigor científico e ética)

4.4.1.7.Observations:

The Programming Fundamentals CU fits into the CU's of Laboratory typology. It is a curricular unit that succeeds the CU of Research Methodologies and precedes the CU of Statistics, to enable students to develop research activities, through the analysis and normalization of data, using problem-solving techniques with the resource to computational logic and programming. Although it is a CU transversal to all study cycles, its contents were built-in ways to allow adaptations to the context of each cycle, in this case, Marketing Management. Thus, it helps to develop objectives C1 (Identify marketing management concepts, practices, and techniques) in 30% of working hours, AP1 (Identify marketing methods and techniques for strategic use) in 40% of hours and work, and AT2 by 30% (Develop organizational value with quality, scientific and ethical rigor).

4.4.2.Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):*Sílvio Farias de Menezes; 23 horas***4.4.3.Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:***<sem resposta>***4.4.4.Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o ensino a distância (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):**

C1. Conhecer e relacionar os conceitos e as tecnologias associadas, que permitam aos estudantes o desenvolvimento de atividades de normalização de dados e problem-solving, com fundamento teórico e abordagem concetual adequada, no âmbito do pensamento crítico e análise de dados aplicados à investigação.

AP1. Reconhecer os sistemas e as tecnologias mais adequados a cada situação, bem como as práticas relevantes e eficientes que permitam implementar uma determinada solução de modo a atingir um objetivo específico de investigação, com recurso a técnicas de programação lógica.

AP2. Criar o pseudocódigo que permita resolver problemas computacional, recorrendo a algoritmos e fluxogramas.

AT1. Participar, com espírito crítico e empreendedor, como um agente de inovação e desenvolvimento na aplicação do conhecimento adquirido, através de soluções inovadoras, com aplicação no domínio da investigação.

4.4.4.Intended learning outcomes and respective compatibility with distance learning (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

C1. Knowing and relating the concepts and associated technologies that allow students to develop data normalization and problem-solving activities, with a theoretical foundation and an adequate conceptual approach, in the context of

critical thinking and data analysis applied to research.

AP1. Recognize the most appropriate systems and technologies for each situation, as well as the relevant and efficient practices that allow implementing a given solution in order to achieve a specific research objective, using logic programming techniques.

AP2. Create the pseudocode that solves computational problems, using algorithms and flowcharts.

AT1. Participate, with a critical and entrepreneurial spirit, as an agent of innovation and development in the application of acquired knowledge, through innovative solutions, with application in the field of research.

4.4.5. Conteúdos programáticos:

1. *Introdução à programação aplicada à investigação*
2. *Conceitos fundamentais: Input, processamento, output, dados e informação*
3. *Estruturas de decisão*
4. *Lógica booleana*
5. *Módulos, Funções e Arrays*
6. *Ordenação e pesquisa em arrays*
7. *Bases de dados*
8. *Normalização de dados*
9. *Processamento de texto*
10. *Análise lexical, sintática e semântica*

4.4.5. Syllabus:

1. *Introduction to programming applied to research*
2. *Fundamental concepts: Input, processing, output, data and information*
3. *Decision structures*
4. *Boolean logic*
5. *Modules, Functions and Arrays*
6. *Sorting and searching in arrays*
7. *Databases*
8. *Data normalization*
9. *Word processing*
10. *Lexical, syntactic (parsing) and semantic analysis*

4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

O objetivo de Aprendizagem C1 será trabalhado nos capítulos: 1. Introdução à programação aplicada à investigação; 2. Conceitos fundamentais: Input, processamento, output, dados e informação; 3. Estruturas de decisão e 4. Lógica booleana.

Os objetivos de Aprendizagem AP1 e AP2 serão simultaneamente trabalhados nos capítulos: 5. Módulos, Funções e Arrays; 6. Ordenação e pesquisa em arrays; 7. Bases de dados; 8. Normalização de dados; 9. Processamento de texto e 10. Análise lexical, sintática e semântica.

O objetivo de aprendizagem AT1 será trabalhado de forma transversal e contínua ao longo de todos os capítulos da presente UC.

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

Learning objective C1 will be worked on in chapters: 1. Introduction to programming applied to research; 2.

Fundamental concepts: Input, processing, output, data and information; 3. Decision structures and 4. Boolean logic.

Learning objectives AP1 and AP2 will be simultaneously worked on in chapters: 5. Modules, Functions and Arrays; 6.

Sorting and searching in arrays; 7. Databases; 8. Data normalization; 9. Text processing and 10. Lexical, syntactic and semantic analysis.

Learning objective AT1 will be worked transversally and continuously throughout all chapters of this CU.

4.4.7. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico (com indicação do número de estudantes por turma/grupo para as tipologias de horas de contacto relevantes, e com referência aos meios materiais e tecnológicos utilizados em cada tipologia):

Serão realizadas sessões de tutoria e disponibilizados fóruns virtuais em todas as etapas, de modo a oferecer continuamente o suporte técnico e social necessário a todos os estudantes. A partir da etapa III os estudantes terão contacto com os conteúdos programáticos, através de vídeo-lições e vídeo-screencasts. A partir da Etapa IV os estudantes terão um papel ativo na construção do seu conhecimento, através de laboratórios virtuais e debates, no âmbito da análise de case-studies. Por fim, na última Etapa irão pôr à prova a sua capacidade de crítica e reflexão em quizzes, apresentações orais e uma prova de avaliação.

1. Atividades de natureza formativa síncrona:

** aulas virtuais, com uma interação síncrona lecionada pelo docente através do campus virtual. Estas sessões são gravadas permitindo aos estudantes assistirem posteriormente, de forma assíncrona, sempre que quiserem;*

** sessões de tutoria em grupo, com liderança partilhada entre estudantes e docente, que visam a orientação do estudo ou o esclarecimento de dúvidas. Os estudantes devem trazer os seus outputs intermédios de estudo/trabalho para serem alvo de feedback do docente.*

** laboratórios virtuais, nos quais o docente e os estudantes trabalharão em contexto laboratorial (virtual), com vista à aplicação prática de técnicas e metodologias pertinentes para a unidade curricular e respetivas matérias em estudo.*

2. Atividades de natureza formativa assíncronas:

** vídeo-lições, conteúdo audiovisual gravado pelo docente em estúdio.*

* *video-screencasts em que docente faz a demonstração de um processo ou a demonstração do funcionamento de uma ferramenta.*

* *fórum-virtual, local de debate sobre conteúdos diretamente relacionados com a UC, lançados pelo docente ou pelos estudantes, através do campus virtual.*

4.4.7. Specific teaching methodologies of the curricular unit and their link with the pedagogical model (point out the number of students per class/group to the types of relevant contact hours, with reference to the material and technological facilities used in each typology):

Tutoring sessions will be held and virtual forums will be made available at all stages, to continuously offer the necessary technical and social support to all students. From stage III onwards, students will have contact with the syllabus, through video lessons and video screencasts. From Stage IV onwards, students will have an active role in the construction of their knowledge, through virtual laboratories and debates, within the scope of case-studies analysis. Finally, in the last stage, they will test their critical and reflective skills in quizzes, oral presentations, and an assessment test.

1. Activities of a synchronous formative nature:

* *virtual classes, with asynchronous interaction taught by the teacher through the virtual campus. These sessions are recorded allowing students to watch later, asynchronously, whenever they want;*

* *group tutoring sessions, with shared leadership between students and teacher, aimed at guiding the study or clarifying doubts. Students must bring their intermediate outputs of study/work to be the target of feedback from the teacher.*

* *virtual laboratories, in which the teacher and students will work in a (virtual) laboratory context, with a view to the practical application of techniques and methodologies relevant to the curricular unit and respective subjects under study.*

2. Activities of an asynchronous formative nature:

* *video lessons, audiovisual content recorded by the teacher in the studio.*

* *video-screencasts in which the teacher demonstrates a process or demonstrates how a tool works.*

* *virtual forum, a place for debate on content directly related to UC, launched by the professor or students, through the virtual campus.*

4.4.8. Avaliação:

O processo de avaliação contempla os seguintes regimes: (i) avaliação contínua ou (ii) avaliação final. Em qualquer destes regimes, o estudante obterá aproveitamento se tiver classificação final igual ou superior a 10 valores. O modelo de avaliação contínua é aquele que decorre ao longo do período de aulas e reflete uma permanente interação entre docente e estudante, convergente com o modelo pedagógico do IPAM para o EaD, pois assume que os métodos de avaliação devem ser valorizados ao longo do processo de ensino e aprendizagem.

No regime de avaliação contínua será valorizada a avaliação formativa que permitirá acompanhar e, se necessário, ajustar o percurso do estudante, e a avaliação sumativa que permitirá avaliar a aquisição dos objetivos da UC.

Assume-se uma assiduidade mínima de 70% nas aulas síncronas, bem como uma interação mínima de 70% com as atividades assíncronas. Este cumprimento será verificado diretamente através das ferramentas analytics do LMS.

A avaliação contínua pressupõe três elementos:

i) Participação, medida em função da sua participação regular e em tempo útil nas atividades propostas no período de aulas, assim como do cumprimento das datas estabelecidas para a realização das atividades. O estudante deverá ter uma classificação mínima de 8 valores, contabilizando 20% da nota final.

ii) Avaliação sumativa intermédia, composta por atividades propostas pelo docente ao longo do período de aulas. Nestas, o estudante deverá ter uma classificação mínima média de 8 valores, contabilizando 40% da nota final. Este elemento será composto por:

ii.a) quizzes, questionário em forma de jogo, que motiva o estudante a superar-se na busca de novas informações e conhecimento de base da UC.

ii.b) Case Study, descritor de uma situação real ou hipotética analisada de forma crítica e exaustiva.

iii) Avaliação sumativa final, composta por atividades propostas pelo docente no decorrer da época de avaliação (após o período de aulas). De forma a garantir a fiabilidade e autoria das respostas será utilizado o LockDown Browser.

Nestas, o estudante deverá ter uma classificação média mínima de 8 valores, contabilizando 40% da nota final. Este elemento será composto por:

iii.a) uma prova escrita e/ou teórica, com o objetivo de validar os conhecimentos adquiridos pelos estudantes e certificar competências.

iii.b) apresentação em vídeo com exposição oral sobre um tema/conteúdo.

Por fim, o regime de avaliação final ocorre após o período de aulas e incidirá sobre todos os conteúdos lecionados na UC. De forma a garantir a fiabilidade e autoria das respostas será utilizado o LockDown Browser. Serão admitidos à avaliação final os estudantes que optem por esta opção, bem como os que não obtiverem aprovação na avaliação contínua. Nestas, o estudante deverá ter uma classificação mínima de 10 valores. Este elemento será composto por:

a) uma prova escrita e/ou teórica.

4.4.8. Assessment:

The evaluation process includes the following regimes: (i) continuous evaluation or (ii) final evaluation. In any of these schemes, the student will be successful if they have a final grade equal to or greater than 10 points. The continuous assessment model is the one that takes place throughout the class period and reflects a permanent interaction between teacher and student, convergent with the pedagogical model of the IPAM for distance education, as it assumes that assessment methods should be valued throughout the teaching and learning process.

In the ongoing assessment system, formative assessment that will allow monitoring and, if necessary, adjusting the student's path, and the summative assessment that will allow evaluating the acquisition of the CU objectives will be

valued. A minimum attendance of 70% in synchronous classes is assumed, as well as a minimum interaction of 70% in asynchronous activities. This compliance will be verified directly through the LMS analytics tools.

Continuous assessment presupposes three elements:

i) Participation, measured in terms of regular and timely participation in the activities proposed during the class period, as well as compliance with the dates established for carrying out the activities. The student must have a minimum classification of 8 values, accounting for 20% of the final grade.

ii) Intermediate summative assessment, consisting of activities proposed by the teacher throughout the class period. In these, the student must have a minimum average classification of 8 values, accounting for 40% of the final grade. This element will consist of:

ii. a) quizzes, quizzes in the form of a game, which motivate the student to excel in the search for new information and basic knowledge of the CU.

ii. b) Case Study, a descriptor of a real or hypothetical situation analyzed critically and exhaustively.

iii) Final summative assessment, consisting of activities proposed by the teacher during the assessment period (after the class period). To guarantee reliability and authoritative answers, the LockDownBrowser will be used. In these, the student must have a minimum average classification of 8 values, accounting for 40% of the final grade. This element will consist of:

iii. a) a written and/or theoretical test, to validate the knowledge acquired by the students and certify competencies.

iii. b) video presentation with oral presentation on a theme/content.

Finally, the final evaluation regime takes place after the class period and will focus on all content taught in the CU. To guarantee reliability and authoritative answers, the LockDownBrowser will be used. Students who opt for this option will be admitted to the final assessment, as well as those who do not pass the continuous assessment. In these, the student must have a minimum classification of 10 values. This element will consist of:

a) a written and/or theoretical test

4.4.9. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

O objetivo C1, que consiste em conhecer e relacionar os conceitos e as tecnologias associadas que permitam aos estudantes o desenvolvimento de atividades de normalização de dados e problem-solving, no âmbito do pensamento crítico e análise de dados aplicados à investigação, será cumprido através de uma metodologia de ensino expositiva e consiste na exposição oral de informações, saberes e/ou conteúdos. Neste âmbito, serão utilizadas as atividades formativas síncronas de aula virtual, sessões de tutorias, sessões assíncronas de vídeo-licção e vídeo-screencasts. O objetivo AP1, que se baseia no desenho de soluções para investigação através de técnicas de programação, será realizado através de uma metodologia de ensino ativa, que consiste na aplicação prática-laboratorial de procedimentos associados à lógica booleana, módulos, funções e arrays. O objetivo AP2 será também desenvolvido através de uma metodologia de ensino ativa, que consiste na demonstração e implementação do pseudocódigo para a resolução de problemas computacionais e de investigação científica. Nas metodologias selecionadas para o cumprimento destes dois objetivos, o docente promove a execução de procedimentos técnicos, tendo por base a demonstração. Para tal, serão utilizadas as atividades formativas assíncronas de vídeo-screencast, vídeo-licções, simulações, e fórum virtual. O objetivo AT1, requer que o estudante seja participativo e crítico na sua abordagem aos problemas de investigação que lhe serão apresentados e, posteriormente, que seja criativo e autónomo na aplicação das respetivas soluções. Neste âmbito, serão utilizadas as atividades formativas síncronas de tutoria e sessões assíncronas de fórum virtual.

4.4.9. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

Objective K1, which consists of knowing and relating the concepts and associated technologies that allow students to develop data normalization and problem-solving activities, in the context of critical thinking and data analysis applied to research, will be achieved through of an expository teaching methodology and consists of the oral presentation of information, knowledge and/or content. In this context, synchronous training activities of virtual classes, tutorial sessions, asynchronous video-lesson sessions and video-screencasts will be used.

Objective AP1, which is based on the design of research solutions through programming techniques, will be carried out through an active teaching methodology, which consists of the practical-laboratory application of procedures associated with Boolean logic, modules, functions and arrays. Objective AP2 will also be developed through an active teaching methodology, which consists of the demonstration and implementation of pseudocode for solving computational problems and scientific investigation. In the selected methodologies to fulfill these two objectives, the teacher promotes the execution of technical procedures, based on its demonstration. For this purpose, asynchronous training activities of video-screencast, video-lessons, simulations, and virtual forum will be used.

AT1 objective requires the student to be participatory and critical in their approach to the research problems that will be presented to them and, subsequently, to be creative and autonomous in the application of the respective solutions. In this context, synchronous training activities of tutoring and asynchronous sessions of a virtual forum will be used.

4.4.10. Bibliografia de consulta/existência obrigatória e outros recursos de aprendizagem específicos para EaD:

Clark, N. (2018). *Computer Programming for Beginners: Fundamentals of Programming Terms and Concepts*.

SC,:CreateSpace Independent Publishing Platform

Christian, B. & Griffiths, T. (2017). *Algorithms to Live By: The Computer Science of Human Decisions*. London: Picador

Filho, W. & Pictet, R. (2017). *Computer Science Distilled: Learn the Art of Solving Computational Problems*. Sheridan:

Code Energy LLC

Gutman, A. & Goldmeier, J. (2021). *Becoming a Data Head: How to Think, Speak and Understand Data Science, Statistics and Machine Learning*. New Jersey: Wiley

Spraul, V. (2012). *Think Like a Programmer: An Introduction to Creative Problem Solving*. CA: No Starch Press

Mapa IV - Comportamento Organizacional**4.4.1.1.Designação da unidade curricular:***Comportamento Organizacional***4.4.1.1.Title of curricular unit:***Organizational Behavior***4.4.1.2.Sigla da área científica em que se insere:***CEmp***4.4.1.3.Duração(1):***Semestral***4.4.1.4.Horas de trabalho(2):***150***4.4.1.5.1Horas de contacto assíncrono a distância(3):***T-28;***4.4.1.5.2Horas de contacto síncrono a distância(3):***T-6; TP-17;***4.4.1.5.3Horas de contacto presencial(3):***<sem resposta>***4.4.1.6.ECTS:***6***4.4.1.7.Observações(4):**

Esta unidade curricular tem como objetivo principal preparar os alunos para a análise de uma situação real numa empresa, tendo em conta não só objetivos humanos, mas também produtivos, orientados para a relação entre a empresa e o mercado. Assim, ao longo de 6 ECTS, esta UC permite consolidar os objetivos específicos deste ciclo de estudos, à medida que permite aplicar os aspetos da gestão de organizações no marketing (C2) em 40% do seu tempo de trabalho, possibilita demonstrar competências analíticas para uma melhor tomada de decisão (AP2) em 20% da carga horária de trabalho e, por fim, pelo objetivo de aptidão AP3, permite construir um papel proactivo de gestão e liderança de equipas (40%).

É uma UC conceptual, localizada no 4º semestre e que ajuda a compor o mix de estratégias de marketing trazido por outras UCs, colocando a componente das pessoas no centro destas.

4.4.1.7.Observations:

This curricular unit has as main objective to prepare students to analyze a real situation in a company, taking into account not only human goals, but also productive ones, oriented towards the relationship between the company and the market. Thus, over 6 ECTS, this CU helps to consolidate the specific objectives of this study cycle, as it allows you to apply aspects of organizational management in marketing (C2) in 40% of its working time, enabling to demonstrate analytical skills for a better decision-making (AP2) in 20% of the workload and, finally, by the aptitude objective AP3, it allows to build a proactive role of management and leadership of teams (40%).

It is a conceptual CU, located in the 4th semester and which helps to set up the mix of marketing strategies brought by other CUs, placing the people component at the center of them.

4.4.2.Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):*Cidália Andrea da Costa Silva Neves; 23 horas***4.4.3.Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:***<sem resposta>***4.4.4.Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o ensino a distância (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):***C1. Identificar os principais modelos teóricos relativos ao funcionamento e dinâmicas organizacionais**C2. Aplicar o conhecimento adquirido em contextos organizacionais**C3. Aplicar adequadamente conceitos e modelos teóricos na análise do comportamento organizacional***4.4.4.Intended learning outcomes and respective compatibility with distance learning (knowledge, skills and competences**

to be developed by the students):

- K1. Identify the main theoretical models related to organizational functioning and dynamics*
- K2. Applying acquired knowledge in organizational contexts*
- K3. Properly apply theoretical concepts and models in the analysis of organizational behavior*

4.4.5.Conteúdos programáticos:

- 1. Enquadramento e âmbito do Comportamento Organizacional*
 - 1.1 Definição, Objetivos e desafios*
 - 1.2 Pessoa-organização: socialização organizacional e contrato psicológico*
- 2. Dimensão macro organizacional*
 - 2.1 Estruturas Organizacionais*
 - 2.2 Cultura Organizacional*
 - 2.3 Ética e responsabilidade social*
 - 2.4 Justiça Organizacional*
- 3. Dimensão micro organizacional*
 - 3.1 Motivação e satisfação dos colaboradores*
 - 3.2 Explicar e enquadrar a motivação*
 - 3.3 Motivação e sistemas de recompensa*
 - 3.4 Explicar e enquadrar a satisfação*
 - 3.5 Causas e consequências da satisfação*
 - 3.6 Contrato psicológico*
 - 3.7 Processos grupais e eficácia do desempenho de equipa*
 - 3.8 Comportamentos Extra Papel*
- 4. Gestão de stress, processo de mudança e inovação organizacional*
 - 4.1 Definição e enquadramento*
 - 4.2 Controlo do stress: antecedentes, consequências e gestão*

4.4.5.Syllabus:

- 1. Framework and scope of organizational behavior*
 - 1.1 Definition, Objectives, and Challenges*
 - 1.2 Person-organization: organizational socialization and the psychological contract*
- 2. Macro organizational dimension*
 - 2.1 Organizational Structures*
 - 2.2 Organizational culture*
 - 2.3 Ethics and social responsibility*
 - 2.4 Organizational Justice*
- 3. Micro-organizational dimension*
 - 3.1 Motivation and employee satisfaction*
 - 3.2 Explain and frame the motivation*
 - 3.3 Motivation and reward systems*
 - 3.4 Explain and frame satisfaction*
 - 3.5 Causes and consequences of satisfaction*
 - 3.6 Psychological contract*
 - 3.7 Group processes and team performance effectiveness*
 - 3.8 Extra Paper Behaviors*
- 4. Stress management, organizational change and innovation process*
 - 4.1 Definition and framing*
 - 4.2 Stress control: advances, consequences, and management.*

4.4.6.Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

De acordo com o objetivo C1, o estudante deve identificar os principais modelos teóricos relativos ao funcionamento e dinâmicas organizacionais e, o fará com o suporte dos conteúdos 1, 2 e 3.
O objetivo C2 permite ao aluno aplicar o conhecimento adquirido em contextos organizacionais e contará com o apoio dos conteúdos 2, 3. E o objetivo C3, de aplicar adequadamente conceitos e modelos teóricos na análise do comportamento organizacional, será assente nos conteúdos 1, 2, 3 e 4.

4.4.6.Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

According to objective K1, the student must identify the main theoretical models related to organizational functioning and dynamics and, will do so with the support of the 1, 2, 3 contents.
Objective K2 allows the student to apply the knowledge acquired in organizational contexts and will have the support of 2, 3 contents. And the K3 objective, of properly applying theoretical concepts and models in the analysis of organizational behavior, will be based on contents 1, 2, 3, and 4.

4.4.7.Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico

(com indicação do número de estudantes por turma/grupo para as tipologias de horas de contacto relevantes, e com referência aos meios materiais e tecnológicos utilizados em cada tipologia):

O modelo pedagógico que dá suporte ao CE online é composto, neste contexto, por 5 etapas que esta UC ajuda a cumprir. Neste contexto, serão utilizadas metodologias ora ativas ora integrativas e formativas. Na etapa I serão utilizados tutoriais em vídeo. Da etapa II à IV, serão dispostas metodologias que permitam não somente a socialização do estudante, como também garantirá a segurança e os recursos de que ele precisa para construir o conhecimento no ensino a distância, por meio de uma postura mais ativa do docente que culmina com o papel de e-moderador em atividades colaborativas e integradoras, fóruns de discussão e leituras de obras científicas no repositório virtual. Assim, o estudante já está preparado para a etapa V, a etapa avaliativa.

De forma mais específica, as aulas assíncronas contarão com aulas gravadas em que o docente apresenta conceitos, mas também casos de estudo e dilemas para reflexão, no contexto de uma empresa e sua equipa.

Já nas aulas síncronas, esta UC contará com e-atividades que dinamizem a forma de aprender. A aula digital será um recurso de suporte, mas o foco serão as atividades resultantes do trabalho autónomo do aluno, realizado anteriormente.

No que diz respeito ao trabalho autónomo, os estudantes realizarão estudos sobre estruturas organizacionais; cultura de empresa e responsabilidade social, para consolidar o conhecimento que precisarão na avaliação sumativa.

4.4.7. Specific teaching methodologies of the curricular unit and their link with the pedagogical model (point out the number of students per class/group to the types of relevant contact hours, with reference to the material and technological facilities used in each typology):

The pedagogical model that supports the SC online is composed, in this context, of 5 stages that this CU helps to fulfill. In this context, either active or integrative and formative methodologies will be used. In step I, video tutorials will be used. from stage II to IV, methodologies will be available that not only allow the student's socialization but also guarantee the security and the resources they need to build knowledge in distance education, through a more active posture of the teacher which culminates in the role of e-moderator in collaborative and integrative activities, discussion forums and readings of scientific works in the virtual repository. This, the student is already prepared for step V, the evaluative stage.

More specifically, asynchronous classes will feature recorded classes in which the teacher presents concepts, but also case studies and dilemmas for reflection, in the context of a company and its team. Additionally, discussion forums on collaborative platforms, where the teacher launches a debate with a view to concrete solutions, also in order to encourage students to identify areas where they can improve, in the sense of the well-being of those who work in the organization, without ceasing to contribute to effectiveness and efficiency.

In synchronous classes, this CU will feature e-activities that streamline the way of learning. The digital class will be a support resource, but the focus will be on activities resulting from the autonomous work of the student, carried out previously.

With regard to autonomous work, students will carry out studies on organizational structures; company culture, and social responsibility, to consolidate the knowledge they will need in the summative assessment.

4.4.8. Avaliação:

O processo de avaliação contempla os seguintes regimes: (i) avaliação contínua ou (ii) avaliação final. Em qualquer destes regimes, o estudante obterá aproveitamento se tiver classificação final igual ou superior a 10 valores. O modelo de avaliação contínua é aquele que decorre ao longo do período de aulas e reflete uma permanente interação entre docente e estudante. Este regime de avaliação converge com o modelo pedagógico do IPAM para o EaD, no sentido em que assume que os métodos de avaliação devem ser valorizados ao longo do processo de ensino e aprendizagem. No regime de avaliação contínua será valorizada a avaliação formativa que permitirá acompanhar e, se necessário, ajustar o percurso do estudante, e a avaliação sumativa permitirá avaliar a aquisição dos objetivos da UC. Assume-se uma assiduidade mínima de 70% nas aulas síncronas, bem como uma interação mínima de 70% com as atividades assíncronas. Este cumprimento será verificado diretamente através das ferramentas analytics do LMS.

A avaliação contínua pressupõe três elementos:

i) Participação, será medida em função da sua participação regular e em tempo útil nas atividades propostas no período de aulas, assim como do cumprimento das datas estabelecidas para a realização das atividades. Nesta, o estudante deverá ter uma classificação mínima de 8 valores, contabilizando 20% da nota final.

ii) Avaliação sumativa intermédia, composta por atividades propostas pelo docente ao longo do período de aulas. Nestas, o estudante deverá ter uma classificação mínima de 8 valores, contabilizando 40% da nota final. Este elemento será composto por:

ii.a) Fóruns de discussão no sentido de incentivar os estudantes a identificarem as áreas onde poderão melhorar, pelo bem-estar dos que trabalham na organização, sem deixar de contribuir para a eficácia e eficiência.

iii) Avaliação sumativa final, composta por atividades propostas pelo docente na época de avaliação (após o período de aulas). Para a garantir a fiabilidade e autoria das respostas será utilizado o LockDown Browser. Nestas, o estudante deverá ter uma classificação mínima média de 8 valores, contabilizando 40% da nota final. Este elemento será composto por:

iii.a) uma prova escrita e/ou teórica

iii.b) diagnóstico de responsabilidade social de uma empresa e respetiva proposta de intervenção, com Análise da SR, Benchmarking e Identificação da área de intervenção prioritária

Por último, o regime de avaliação final ocorre exclusivamente após o período de aulas e incidirá sobre todos os conteúdos lecionados na UC. De forma a garantir a fiabilidade e autoria das respostas será utilizado o LockDown Browser. Serão admitidos à avaliação final os estudantes que optem por esta opção, bem como aqueles que não tenham obtido aprovação no regime de avaliação contínua. Nestas, o estudante deverá ter uma classificação mínima de 10 valores. Este elemento será composto por:

a) uma prova escrita e/ou teórica.

4.4.8.Assessment:

The evaluation process includes the following regimes: (i) continuous evaluation or (ii) final evaluation. In any of these schemes, the student will be successful if they have a final grade equal to or greater than 10 points. The continuous assessment model is the one that takes place throughout the class period and reflects a permanent interaction between teacher and student. This assessment regime converges with the pedagogical model of the IPAM for EaD, in the sense that it assumes that assessment methods should be valued throughout the teaching and learning process. The ongoing assessment will value the formative assessment that will allow you to monitor and, if necessary, adjust the student's path, and the summative assessment will allow you to assess the acquisition of the CU's objectives. A minimum attendance of 70% in synchronous classes is assumed, as well as a minimum interaction of 70% in asynchronous activities. This compliance will be verified directly through the LMS analytics tools.

Continuous assessment presupposes three elements:

i) Participation will be measured according to your regular and timely participation in the activities proposed during the class period, as well as compliance with the established dates for carrying out the activities. In this, the student must have a minimum classification of 8 values, accounting for 20% of the final grade.

ii) Intermediate summative assessment, consisting of activities proposed by the teacher throughout the class period. In these, the student must have a minimum classification of 8 values, accounting for 40% of the final grade. This element will consist of:

ii. a) Discussion forums to encourage students to identify areas where they can improve, for the well-being of those working in the organization, while contributing to effectiveness and efficiency.

ii) Final summative assessment, consisting of activities proposed by the teacher during the assessment period (after the class period). To guarantee reliability and authoritative answers, the LockDownBrowser will be used. In these, the student must have a minimum average classification of 8 values, accounting for 40% of the final grade. This element will consist of:

iii. a) a written and/or theoretical test

iii. b) diagnosis of a company's social responsibility and respective intervention proposal, with SR Analysis, Benchmarking, and Identification of the priority intervention area

Finally, the final evaluation regime occurs exclusively after the class period and will focus on all content taught in the CU. To guarantee reliability and authoritative answers, the LockDownBrowser will be used. Students who opt for this option will be admitted to the final assessment, as well as those who have not passed the continuous assessment scheme. In these, the student must have a minimum classification of 10 values. This element will consist of:

a) a written and/or theoretical test.

4.4.9.Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

Os objetivos C1 (identificar os principais modelos teóricos relativos ao funcionamento e dinâmicas organizacionais), C2 (aplicar o conhecimento adquirido em contextos organizacionais) e C3 (aplicar adequadamente conceitos e modelos teóricos na análise do comportamento organizacional) terão por base uma metodologia expositiva, potenciada por outros tipos de metodologia que permitam a construção do conhecimento conceptual passível de ser aplicado numa empresa. A execução de e-atividades assumirá, aqui, o papel de consolidação de conhecimento, por meio de fóruns virtuais, discussões em ambientes colaborativos e dialogação crítica quando o estudante irá deparar-se com casos reais trazidos por empresas ao ambiente de aprendizagem.

Os alunos também assumirão um papel ativo no ensino aprendizagem, quando, através da leitura de obras disponibilizadas no repositório virtual pelo docente, irão construir uma interview-based learning. Esta e-atividade será realizada para evidenciar a percepção sobre a junção entre teoria e prática numa organização, na qual o entrevistado fará parte.

4.4.9.Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

Objectives K1 (identify the main theoretical models related to organizational functioning and dynamics), K2 (apply the acquired knowledge in organizational contexts), and K3 (appropriately concepts and theoretical models in the analysis of organizational behavior) will be based on an enhanced expository methodology by other types of methodology that allow the construction of conceptual knowledge that can be applied in a company. The execution of e-activities will assume, here, the role of knowledge consolidation, through virtual forums, discussions in collaborative environments, and critical dialogue when the student will face real cases brought by companies to the learning environment.

Students will also take an active role in teaching-learning, when, through reading works made available in the virtual repository by the teacher, they will build an interview-based learning. This e-activity will be carried out to bring to light the perception about the junction between theory and practice in an organization, which the interviewee will be part of.

4.4.10.Bibliografia de consulta/existência obrigatória e outros recursos de aprendizagem específicos para EaD:

Barling, J., & Cooper, C.L. (2008). The Sage Handbook of Organizational Behavior. Portugal: Sage Public.

Chiavenato, I. (2004). Comp. organizacional. S. Paulo: Thompson.

Cunha, M. P., Rego, A., Cunha, R. C., & Neves, P. (2016). Manual de Comp. Organizacional e Gestão. Lisboa: RH Editora.

Goffee, R., & Jones, G. (2006). Why should anyone be led by you? What It takes to be an Authentic Leader. Bostons: Harvard Business.

Grey, C. (2009). A very short, fairly interesting and reasonably cheaper book about studying organizations. Portugal: Sage Publications.

Leyens, J. P., & Yzerbyt, V. (2011). Psicologia Social. Portugal: Edições 70.

Neves, P., & Lopes, M. P. (2013). Comp. Organiz. no Século XXI: Diálogos entre a Gestão e a Academia. 1º edição.

Lisboa: RH Editora.

Cunha, M.P., Cabral-Cardoso, C., Costa, N.G., & Rego, A. (2006). Gestão Ética e socialmente responsável. Lisboa: RH Editora.

Robbins, S., Beward, K., & Judge, T. (2016). Essential of Organizational Behaviour. London: Pearson.

Mapa IV - Gestão de Preços**4.4.1.1.Designação da unidade curricular:***Gestão de Preços***4.4.1.1.Title of curricular unit:***Price Management***4.4.1.2.Sigla da área científica em que se insere:***MP***4.4.1.3.Duração(1):***Semestral***4.4.1.4.Horas de trabalho(2):***150***4.4.1.5.1Horas de contacto assíncrono a distância(3):***T-28;***4.4.1.5.2Horas de contacto síncrono a distância(3):***TP-23;***4.4.1.5.3Horas de contacto presencial(3):***<sem resposta>***4.4.1.6.ECTS:***6***4.4.1.7.Observações(4):**

Esta UC procura cumprir os objetivos C1, C2 e C3, AP1, AP2 e AT1. O tempo de trabalho será dedicado a identificar os conceitos, práticas e técnicas de gestão de marketing (C1), a aplicar os aspetos da gestão de organizações no marketing (C2) e a interpretar contexto económico e financeiro e aplicá-lo aos negócios em 20% para cada objetivo. Dos objetivos de aptidão, mais voltados à execução de tarefas, 20% será dedicado a demonstrar competências analíticas para uma melhor tomada de decisão (AP1) e 10% a identificar métodos e técnicas de marketing para utilização estratégica (AP2). Por fim, o objetivo de atitude AT1 (decidir uma estratégia para impulsionar o crescimento da empresa) será trabalhado em 10% do tempo da UC.

Esta UC é aplicada e pretende proporcionar a compreensão do conceito de preço, custo, procura e de que forma estas e outras variáveis influenciam a estratégia do preço, com aprofundamento na discussão dos principais desafios.

4.4.1.7.Observations:

This UC seeks to fulfill the objectives C1, C2, and C3, AP1, AP2, and AT1. The working time will be dedicated to identify the concepts, practices, and techniques of marketing management (C1), to apply the aspects of managing organizations in marketing (C2) and to interpret the economic and financial context, and to apply it to business in 20% for each goal. Of the more task-oriented aptitude goals, 20% will be dedicated to demonstrate analytical skills for a better decision-making (AP1) and 10% to identifying marketing methods and techniques for strategic use (AP2). Ultimately, the AT1 attitude objective (deciding on a strategy to drive the company's growth) will be worked out in 10% of CU's time.

This CU is applied and seeks to provide an understanding of the concept of price, cost, demand, and how these and other variables influence the price strategy, with further discussion of the main challenges.

4.4.2.Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):*Simão Nuno Almeida de Soares Machado; 23 horas***4.4.3.Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:***<sem resposta>***4.4.4.Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o ensino a distância (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):***C1. Identificar e descrever o mix do variável preço**AP1. Relacionar a gestão da variável preço com as demais variáveis do marketing mix**AP2. Articular a política de determinação e fixação de preços*

AP3. Comparar e avaliar o desempenho das políticas de preço

AT1. Relacionar o desempenho do preço face ao ciclo de vida do produto/serviço

AT2 Desenvolver um plano de preços para gama/linha de produtos/serviços

4.4.4. Intended learning outcomes and respective compatibility with distance learning (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

K1. Identify and describe the price variable mix

AP1. Relate the management of the price variable with the other variables of the marketing mix

AP2. Articulate the price determination and fixing policy

AP3. Compare and evaluate the performance of pricing policies

AT1. Relate price performance to the product/service lifecycle

AT2. Develop a pricing plan for the range/line of products/services

4.4.5. Conteúdos programáticos:

1 Preço

1.1 A Definição de Preço

1.2 O Preço na economia;

1.3 O Preço no Marketing

1.4 O Papel da Variável Preço.

1.5 O Preço no Marketing-mix;

1.6 O Preço como variável estratégica; Os métodos de determinação dos preços: custo, procura e concorrência.

O Preço como fator de sucesso

2 Conceito de custo

2.1 Natureza do custo;

2.2 Os principais custos no âmbito da Gestão

2.3 A determinação do Preço de Venda a partir do Preço de custo + margem

2.4 Estrutura de um Preço e o Ponto Crítico de Vendas.

3. As Estratégias de Preço

3.1 Política de P/Q;

3.2 Política de Desnatação do Mercado

3.3 Política de Penetração do Mercado

3.4 Política de Discriminação do Preço

3.5 Política de Dumping.

4. A Procura e os Preços

4.1 A Elasticidade da procura em relação aos Preços

4.2 O Consumidor e os Preços.

5. Os diferentes objetivos da Política de Preços

5.1 A Rentabilidade; Os Preços estabilizados; O Preço com vista a manter ou conquistar uma determinada quota de mercado

5.2 O Preço e a Concorrência.

4.4.5. Syllabus:

1. Price

1.1 The Definition of Price

1.2 Price in the economy

1.3 Price in Marketing

1.4 The Role of the Price Variable

1.5 Price in the Marketing-mix

1.6 Price as a strategic variable; Pricing methods: cost, demand and competition

1.7 Price as a factor of success

2. Cost concept

2.1 Nature of cost

2.2 The main costs within the scope of Management

2.3 Determining the Selling Price from the Cost Price + Margin

2.4 Structure of a Price and the Critical Sales Point

3. Pricing Strategies

3.1 Price/Quality Policy

3.2 Market Skimming Policy

3.3 Market Penetration Policy

3.4 Price Discrimination Policy

3.5 Dumping Policy

4. Demand and Prices

4.1 Elasticity of demand in relation to prices;

4.2 The Consumer and Prices.

5. The different objectives of the Pricing Policy

5.1 Profitability; Stabilized Prices; Price aiming to maintain or gain a certain market share;

5.2 Price and Competition.

4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

O objetivo C1 (identificar e descrever o mix do variável preço) será maioritariamente trabalhado no ponto 1 do conteúdo programático relativo à introdução dos conceitos bases da UC de Gestão de Preços.

O objetivo AP1 será também desenvolvido nos capítulos 1 e 2 dos conteúdos programáticos.

O objetivo AP2 será trabalhado no ponto 3 dos conteúdos programáticos.

O objetivo AP3 será desenvolvido com base nos pontos 3, 4 e 5 dos conteúdos programáticos e seus respetivos sub-tópicos.

O objetivo AT1 e AT2 serão desenvolvidos no ponto 5 dos conteúdos programáticos da UC.

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

Objective K1 (identify and describe the mix of the price variable) will be mostly worked on in point 1 of the syllabus related to the introduction of the basic concepts of the Price Management CU.

The AP1 objective will also be developed in chapters 1 and 2 of the syllabus.

The AP2 objective will be worked on in point 3 of the syllabus.

The objective AP3 will be developed based on points 3, 4 and 5 of the syllabus and their respective sub-topics.

The AT1 and AT2 objectives will be developed in point 5 of the CU syllabus.

4.4.7. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico (com indicação do número de estudantes por turma/grupo para as tipologias de horas de contacto relevantes, e com referência aos meios materiais e tecnológicos utilizados em cada tipologia):

Ao longo da unidade curricular considera-se importante ajudar os alunos a apreender ou reforçar uma postura ativa e consciente necessária à valorização de uma oferta que vá ao encontro das expectativas e necessidades dos consumidores e, ao mesmo tempo, que seja exequível face aos recursos e objetivos da Empresa/Marca. Esta UC é do tipo aplicada, com predominância de aulas teórico-práticas.

Na primeira fase das cinco que constituem o modelo pedagógico, serão usadas tutorias síncronas para que haja envolvimento e suporte necessário ao estudante para integração do contexto da UC, com as suas expectativas e com o LMS. Na segunda fase pretende-se que os alunos interajam e socializem e, para tal, farão parte da metodologia, o fórum virtual sobre os aspetos subjacentes às decisões sobre o Preço e as suas implicações. Também serão disponibilizados materiais para fomentar o estudo autónomo, para integrar conhecimentos teóricos e a compreensão da sua aplicabilidade prática. Ainda contará com aulas gravadas em estúdio sobre os conteúdos programáticos, mas também apresentando problemas que despertam o espírito crítico e analítico. Na fase 3, farão uso de ferramentas colaborativas de ensino aprendizagem, no intuito de construir um diário de aprendizagem. Na quarta fase já se espera que o estudante consiga desenvolver algum trabalho autónomo. Na quinta etapa espera-se que os alunos reúnam as condições para proceder à avaliação sumativa.

4.4.7. Specific teaching methodologies of the curricular unit and their link with the pedagogical model (point out the number of students per class/group to the types of relevant contact hours, with reference to the material and technological facilities used in each typology):

Throughout the course, it is considered important to help students to learn or reinforce an active and conscious posture necessary to enhance an offer that meets the expectations and needs of consumers and, at the same time, that is feasible given the resources and objectives of Company/Brand. This CU is of the applied type, with a predominance of theoretical-practical classes.

In the first phase of the five that make up the pedagogical model, synchronous tutorials will be used so that there is the necessary setting and support for the student to integrate the UC context, with their expectations and with the LMS. In the second phase, it is intended that students interact and socialize and, for this purpose, the virtual forum on the aspects underlying decisions on the Price and its implications will be part of the methodology. Materials will also be made available to encourage the autonomous study, to integrate theoretical knowledge with an understanding of its practical applicability. It will also feature studio-recorded classes on the syllabus, but also present problems that arouse the critical and analytical spirit. In phase 3, they will make use of collaborative teaching-learning tools, to build a learning diary. In the fourth phase, it is already expected that the student will be able to develop some autonomous work. In the fifth stage, students are expected to meet the conditions to carry out the summative assessment.

4.4.8. Avaliação:

O processo de avaliação contempla os seguintes regimes: (i) avaliação contínua ou (ii) avaliação final. Em qualquer destes, o estudante obterá aproveitamento se tiver classificação final igual ou superior a 10 valores. O modelo de avaliação contínua é aquele que decorre ao longo do período de aulas e reflete uma permanente interação entre docente e estudante, convergente com o modelo pedagógico do IPAM para o EaD, pois assume que os métodos de avaliação devem ser valorizados ao longo do processo de ensino e aprendizagem.

No regime de avaliação contínua será valorizada a avaliação formativa que permitirá acompanhar e, se necessário, ajustar o percurso do estudante, e a avaliação sumativa que permitirá avaliar a aquisição dos objetivos da UC.

Assume-se uma assiduidade mínima de 70% nas aulas síncronas, bem como uma interação mínima de 70% com as atividades assíncronas. Este cumprimento será verificado diretamente através das ferramentas analytics do LMS.

A avaliação contínua pressupõe três elementos:

i) Participação, medida em função da regularidade e tempo útil nas atividades propostas no período de aulas, assim

como do cumprimento das datas estabelecidas para a realização das atividades. O estudante deverá ter uma classificação mínima de 8 valores, contabilizando 20% da nota final.

ii) Avaliação sumativa intermédia, por atividades propostas pelo docente ao longo do período de aulas. Nestas, o estudante deverá ter uma classificação mínima de 8 valores, contabilizando 40% da nota final. Este elemento será composto por:

ii.a) KanbanBoard, onde o aluno é convidado a registar e gerir as suas entregas através de ferramentas colaborativas como o Trello.

iii) Avaliação sumativa final, composta por atividades propostas pelo docente no decorrer da época de avaliação (após o período de aulas). De forma a garantir a fiabilidade e autoria das respostas será utilizado o LockDown Browser. Nestas, o estudante deverá ter uma classificação média mínima de 8 valores, contabilizando 40% da nota final. Este elemento será composto por:

iii.a) uma prova escrita e/ou teórica

iii.b) Relatório individual/em grupo, onde os estudantes farão uso de um benchmarking que terá por base a política de preços no sentido de posterior avaliação. Haverá acompanhamento para a construção deste relatório em sessões tutoriais.

Por fim, o regime de avaliação final ocorre após o período de aulas e incidirá sobre todos os conteúdos lecionados na UC. De forma a garantir a fiabilidade e autoria das respostas será utilizado o LockDown Browser. Serão admitidos à avaliação final os estudantes que optem por esta opção, bem como os que não obtiverem aprovação na avaliação contínua. Nestas, o estudante deverá ter uma classificação mínima de 10 valores. Este elemento será composto por:

a) uma prova escrita e/ou teórica.

4.4.8.Assessment:

The evaluation process includes the following regimes: (i) continuous evaluation or (ii) final evaluation. In any of these schemes, the student will be successful if they have a final grade equal to or greater than 10 points. The continuous assessment model is the one that takes place throughout the class period and reflects a permanent interaction between teacher and student, convergent with the pedagogical model of the IPAM for distance education, as it assumes that assessment methods should be valued throughout the teaching and learning process.

In the ongoing assessment system, formative assessment that will allow monitoring and, if necessary, adjusting the student's path, and the summative assessment that will allow evaluating the acquisition of the CU objectives will be valued. A minimum attendance of 70% in synchronous classes is assumed, as well as a minimum interaction of 70% in asynchronous activities. This compliance will be verified directly through the LMS analytics tools.

Continuous assessment presupposes three elements:

i) Participation, measured in terms of regular and timely participation in the activities proposed during the class period, as well as compliance with the dates established for carrying out the activities. The student must have a minimum classification of 8 values, accounting for 20% of the final grade.

ii) Intermediate summative assessment, consisting of activities proposed by the teacher throughout the class period. In these, the student must have a minimum classification of 8 values, accounting for 40% of the final grade. This element will consist of:

ii.a) Kanban Board, where the student is invited to register and manage their deliveries through collaborative tools such as Trello.

iii) Final summative assessment, consisting of activities proposed by the teacher during the assessment period (after the class period). To guarantee reliability and authoritative answers, the LockDownBrowser will be used. In these, the student must have a minimum average classification of 8 values, accounting for 40% of the final grade. This element will consist of:

iii. a) a written and/or theoretical test, to validate the knowledge acquired by the students and certify competencies .

iii.b) Individual/group report, where students will make use of a benchmarking that will be based on the pricing policy in the sense of subsequent evaluation. There will be follow-up for the construction of this report in tutorial sessions.

Finally, the final evaluation regime takes place after the class period and will focus on all content taught in the CU. To guarantee reliability and authoritative answers, the LockDownBrowser will be used. Students who opt for this option will be admitted to the final assessment, as well as those who do not pass the continuous assessment. In these, the student must have a minimum classification of 10 values. This element will consist of:

a) a written and/or theoretical test

4.4.9.Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

O objetivo C1 (identificar e descrever o mix da variável preço) será desenvolvido através de uma metodologia de ensino expositiva, que consiste na exposição oral de informações, saberes, ou conteúdos em que o estudante tem um papel menos ativo. Contudo, esta exposição será complementada com os outros métodos como: as atividades formativas síncronas de aula virtual e sessão tutoria, e as assíncronas de vídeo-lição e leitura de artigo/obra científica.

O objetivo AP1, AP2, e AP3 serão desenvolvidos através de uma metodologia de ensino ativa, que consiste num método de ensino-aprendizagem em que o estudante tem um papel ativo na procura do conhecimento e o docente tem, fundamentalmente, um papel de dinamizador. Neste âmbito, serão utilizadas as atividades formativas síncronas de tutoria e as assíncronas de vídeo-lição, de leitura de artigo/obra científica e fóruns virtuais.

Os objetivos AT1 e AT2 irão ser desenvolvidos através de uma metodologia de ensino ativa e partilhada, que consiste na utilização da interrogação e da formulação de questões que conduzem os estudantes a encontrar os conhecimentos pretendidos. Neste âmbito, serão utilizadas as atividades formativas síncronas de tutoria e sessões assíncronas de fórum virtual.

4.4.9.Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

The objective K1 (to Identify and describe the mix of the price variable) will be developed through an expository teaching methodology, which consists of the oral presentation of information, knowledge, or content in which the student has a less active role. However, this exposition will be complemented with other methods such as: synchronous formative activities of virtual class and tutoring session, and asynchronous video-lesson and reading of article/scientific work.

These objectives AP1, AP2, and AP3 will be developed through an active teaching methodology, which consists of a teaching-learning method in which the student has an active role in the search for knowledge and the teacher has, fundamentally, a driving role. In this context, synchronous training activities of tutoring and asynchronous video-lesson, reading of article/scientific work and virtual forums will be used.

The objectives AT1 and AT2 will be developed through an active and shared teaching methodology, which consists in the use of interrogation and the formulation of questions that lead students to find the desired knowledge. In this context, synchronous training activities of tutoring and asynchronous sessions of a virtual forum will be used.

4.4.10.Bibliografia de consulta/existência obrigatória e outros recursos de aprendizagem específicos para EaD:

Bendle, N. (2017). Grandes métricas do marketing. Lisboa: Actual.
Brito, P. Q. (2012). Promoção de Vendas e Comunicação de Preços. Porto: Almedina.
Díaz, I., Cataluña, F., & Castro, E. (2013). Gestión de Precios. Espanha: ESIC.
Hermann, S. (2015). Confessions of the pricing man: how price affects everything. New York: Springer.
Lewis, G. (1999). Noções Fundamentais para a Marcação dos Preços. Lisboa: Lyon Edições.
Nagle, T.T., & Hagan, J.E. (2008). Estratégia e Táticas de Preço: um Guia para Crescer com Lucratividade. London: Pearson.
Porter, E. (2011). Tudo tem um preço: a lógica secreta dos preços que pagamos. Lisboa: Lua de Papel.
Velasco, E. (1998). El Precio: Variable Estratégica de Marketing. New York: McGraw-Hill.

Mapa IV - Gestão de Canais e Omnicanalidade**4.4.1.1.Designação da unidade curricular:**

Gestão de Canais e Omnicanalidade

4.4.1.1.Title of curricular unit:

Channel Management and Omnichannel

4.4.1.2.Sigla da área científica em que se insere:

MP

4.4.1.3.Duração(1):

Semestral

4.4.1.4.Horas de trabalho(2):

150

4.4.1.5.1Horas de contacto assíncrono a distância(3):

T-28;

4.4.1.5.2Horas de contacto síncrono a distância(3):

TP-23;

4.4.1.5.3Horas de contacto presencial(3):

<sem resposta>

4.4.1.6.ECTS:

6

4.4.1.7.Observações(4):

Esta unidade curricular (UC) tem como objetivo ao longo de 6 ECTS suportar o cumprimento dos objetivos específicos do CE, C1, C2, AP1, AP2 e AT1.

Concretamente, cerca de 30% do tempo de trabalho da UC será dedicada a identificar os conceitos, práticas e técnicas de gestão de marketing (C1), 30% a aplicar os aspetos da gestão de organizações no marketing (C2). Outros 10% serão dedicados a demonstrar competências analíticas para uma melhor tomada de decisão (AP1) e 20% a identificar métodos e técnicas de marketing para utilização estratégica (AP2). Por fim, 10% dedica-se a decidir uma estratégia

para impulsionar o crescimento da empresa (AT1). Esta UC é do tipo aplicada e completa o ciclo do conhecimento das variáveis do marketing mix, que são base para o CE.

4.4.1.7.Observations:

This curricular unit aims, over 6 ECTS, to support the fulfilment of the specific objectives of the CE, C1, C2, AP1, AP2 and AT1. Specifically, around 30% of the UC working time will be dedicated to identifying the concepts, practices, and techniques of marketing management (C1), 30% to apply the aspects of managing organizations in marketing (C2). Another 10% will be dedicated to demonstrating analytical skills for a better decision making (AP1) and 20% to identifying marketing methods and techniques for strategic use (AP2). Finally, 10% is dedicated to deciding on a strategy to drive the company's growth (AT1). This UC is of the application type and completes the knowledge cycle of the marketing mix variables, which are the basis for the CE.

4.4.2.Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):

Norberto António Leite Bessa; 23 horas

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

<sem resposta>

4.4.4.Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o ensino a distância (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

C1. Compreender as dinâmicas dos canais de distribuição e suas tendências

C2. Perceber os canais de distribuição como ferramentas de competitividade

AP1. Perceber as estratégias omnichannel no mercado

AT1. Estruturar um canal de distribuição eficiente

4.4.4.Intended learning outcomes and respective compatibility with distance learning (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

K1. Understand the dynamics of distribution channels and their trends

K2. Understand distribution channels as tools for competitiveness

AP1. Understand the omnichannel strategies in the market

AT1. Structure an efficient distribution channel

4.4.5.Conteúdos programáticos:

1-Conceito e a importância da gestão dos canais de distribuição

2-A distribuição, a logística e o Digital

3-Estrutura de canais de distribuição e participantes

4-Fluxos distributivos, necessidades dos clientes e nível de serviço

5 -Omnichannel: canais físicos, digitais e tecnologias associadas

6-Implementação de canais de distribuição e sua avaliação

7-Poder e conflito nos canais de distribuição

8-Composição de marketing dos canais de distribuição

4.4.5.Syllabus:

1-Concept and the importance of managing distribution channels

2-Distribution, Logistics and Digital

3-Structure of distribution channels and participants

4-Distributive flows, customer needs and service level

5 -Omnichannel: physical and digital channels and associated technologies

6-Implementation of distribution channels and their evaluation

7-Power and conflict in distribution channels

8-Composition of marketing of distribution channels

4.4.6.Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

O objetivo de conhecimento C1 onde o aluno deve compreender as dinâmicas dos canais de distribuição e suas tendências, e o C2 que preconiza que o aluno possa perceber os canais de distribuição como ferramentas de competitividade, são suportados por meio dos conteúdos programáticos 1, 2, 3 e 4.

Relativamente ao objetivo AP1 (perceber as estratégias omnichannel no mercado), o conteúdo programático 5 dará suporte à sua concretização.

Já o objetivo AT1, o de estruturar um canal de distribuição eficiente, será trabalhado de forma transversal em todos os conteúdos programáticos da unidade curricular.

4.4.6.Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The K1 knowledge objective, where the student must understand the dynamics of distribution channels and their trends, and K2 that advocates that the student can perceive distribution channels as tools of competitiveness, are supported through the syllabus 1, 2, 3 and 4.

Regarding objective AP1 (understanding omnichannel strategies in the market), programmatic content 5 will support its achievement.

The AT1 objective, on the other hand, that of structuring an efficient distribution channel, will be worked transversally in all the syllabus of the curricular unit.

4.4.7. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico (com indicação do número de estudantes por turma/grupo para as tipologias de horas de contacto relevantes, e com referência aos meios materiais e tecnológicos utilizados em cada tipologia):

Esta UC contará com sessões síncronas expositivas e de tutorias, além de assíncronas onde serão disponibilizados conteúdos que ofereçam apoio à construção do conhecimento, na forma de metodologias de ensino demonstrativas e também ativas.

O modelo pedagógico do CE será operacionalizado com base nos 5 níveis de ensino e aprendizagem online. A etapa I, com vista ao acesso e motivação, contará com uma sessão de tutoria síncrona, a fim de proporcionar ao estudante uma familiarização com o LMS, além da disponibilização de um vídeo de apresentação da UC e um guia de aprendizagem. As etapas II à IV têm como objetivo o aumento da interação dos estudantes de forma gradual, garantida pela utilização de aulas virtuais em que a intervenção do docente é gravada para que o estudante possa aceder posteriormente. Embora a natureza expositiva esteja clara, esta irá ter o apoio de atividades práticas. Outro recurso para promover as etapas II à IV serão os fóruns virtuais, tutoriais, podcasts e suporte de artigos e obras científicas que farão parte das e-atividades, caracterizando a natureza formativa dos momentos assíncronos.

Na participação autónoma do aluno pretende-se propiciar situações em que este aplique o conhecimento a situações concretas, que possibilitarão a realização da avaliação formativa, etapa V do modelo pedagógico.

4.4.7. Specific teaching methodologies of the curricular unit and their link with the pedagogical model (point out the number of students per class/group to the types of relevant contact hours, with reference to the material and technological facilities used in each typology):

This CU will feature synchronous expository sessions and tutorials, in addition to asynchronous where content will be made available that support the construction of knowledge, in the form of demonstrative and active teaching methodologies.

The EC's pedagogical model will be operationalized based on the 5 levels of online teaching and learning. Stage I, with a view to access and motivation, will feature the synchronous tutoring session, to provide the student with familiarization with the LMS, in addition to the availability of a UC presentation video and a learning guide. Stages II to IV aims to increase student interaction gradually, guaranteed by the use of virtual classes in which the teacher's intervention is recorded so that the student can access it later. Although the expository nature is clear, it will be supported by practical activities. Another resource to promote stages II to IV will be virtual forums, tutorials, podcasts, and support for articles and scientific works that will be part of the e-activities, characterizing the formative nature of asynchronous moments.

In the autonomous participation of the student, it is intended to provide situations in which he/she applies knowledge to concrete situations, which will enable the realization of the formative assessment, stage V of the pedagogical model.

4.4.8. Avaliação:

O processo de avaliação contempla os seguintes regimes: (i) avaliação contínua ou (ii) avaliação final. Em qualquer destes regimes, o estudante obterá aproveitamento se tiver classificação final igual ou superior a 10 valores. O modelo de avaliação contínua é aquele que decorre ao longo do período de aulas e reflete uma permanente interação entre docente e estudante, convergente com o modelo pedagógico do IPAM para o EaD, pois assume que os métodos de avaliação devem ser valorizados ao longo do processo de ensino e aprendizagem.

No regime de avaliação contínua será valorizada a avaliação formativa que permitirá acompanhar e, se necessário, ajustar o percurso do estudante, e a avaliação sumativa que permitirá avaliar a aquisição dos objetivos da UC.

Assume-se uma assiduidade mínima de 70% nas aulas síncronas, bem como uma interação mínima de 70% com as atividades assíncronas. Este cumprimento será verificado diretamente através das ferramentas analytics do LMS.

A avaliação contínua pressupõe três elementos:

i) Participação, medida em função da sua participação regular e em tempo útil nas atividades propostas no período de aulas, assim como do cumprimento das datas estabelecidas para a realização das atividades. O estudante deverá ter uma classificação mínima de 8 valores, contabilizando 20% da nota final.

ii) Avaliação sumativa intermédia, composta por atividades propostas pelo docente ao longo do período de aulas. Nestas, o estudante deverá ter uma classificação mínima média de 8 valores, contabilizando 40% da nota final. Este elemento será composto por:

ii.a) quiz

ii.b) Fóruns virtuais

iii) Avaliação sumativa final, composta por atividades propostas pelo docente no decorrer da época de avaliação (após o período de aulas). De forma a garantir a fiabilidade e autoria das respostas será utilizado o LockDown Browser.

Nestas, o estudante deverá ter uma classificação mínima média de 8 valores, contabilizando 40% da nota final. Este elemento será composto por:

iii.a) uma prova escrita e/ou teórica

iii.b) Projeto em grupo com entrega de um report sobre canais de distribuição como ferramentas de competitividade, com estruturação de um canal de distribuição eficiente.

Por último, o regime de avaliação final ocorre exclusivamente após o período de aulas e incidirá sobre todos os conteúdos lecionados na UC. De forma a garantir a fiabilidade e autoria das respostas será utilizado o LockDown Browser. Serão admitidos à avaliação final os estudantes que optem por esta opção, bem como aqueles que não tenham obtido aprovação no regime de avaliação contínua. Nestas, o estudante deverá ter uma classificação mínima de 10 valores. Este elemento será composto por:

a) uma prova escrita e/ou teórica.

4.4.8.Assessment:

The evaluation process includes the following regimes: (i) continuous evaluation or (ii) final evaluation. In any of these schemes, the student will be successful if they have a final grade equal to or greater than 10 points. The continuous assessment model is the one that takes place throughout the class period and reflects a permanent interaction between teacher and student, convergent with the pedagogical model of the IPAM for distance education, as it assumes that assessment methods should be valued throughout the teaching and learning process.

In the ongoing assessment system, formative assessment that will allow monitoring and, if necessary, adjusting the student's path, and the summative assessment that will allow evaluating the acquisition of the CU objectives will be valued. A minimum attendance of 70% in synchronous classes is assumed, as well as a minimum interaction of 70% in asynchronous activities. This compliance will be verified directly through the LMS analytics tools.

Continuous assessment presupposes three elements:

i) Participation, measured in terms of regular and timely participation in the activities proposed during the class period, as well as compliance with the dates established for carrying out the activities. The student must have a minimum classification of 8 values, accounting for 20% of the final grade.

ii) Intermediate summative assessment, consisting of activities proposed by the teacher throughout the class period. In these, the student must have a minimum average classification of 8 values, accounting for 40% of the final grade. This element will consist of:

ii.a) quiz

ii.b) Virtual forums

iii) Final summative assessment, consisting of activities proposed by the teacher during the assessment period (after the class period). To guarantee reliability and authoritative answers, the LockDownBrowser will be used. In these, the student must have a minimum average classification of 8 values, accounting for 40% of the final grade. This element will consist of:

iii. a) a written and/or theoretical test

iii.b) Group project with delivery of a report on distribution channels as competitiveness tools, with the structuring of an efficient distribution channel.

Finally, the final evaluation regime occurs exclusively after the class period and will focus on all content taught in the CU. To guarantee reliability and authoritative answers, the LockDownBrowser will be used. Students who opt for this option will be admitted to the final assessment, as well as those who have not passed the continuous assessment scheme. In these, the student must have a minimum classification of 10 values. This element will consist of:

a) a written and/or theoretical test.

4.4.9.Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

O objetivo C1 (compreender as dinâmicas dos canais de distribuição e suas tendências, e o objetivo C2 (perceber os canais de distribuição como ferramentas de competitividade), terão a exposição como base que, em complemento com outras metodologias, irão garantir a totalidade do conhecimento a ser construído.

O objetivo de aptidão AP1 (perceber as estratégias omnichannel no mercado), terá por norma a utilização de fóruns virtuais e tutoriais para que o conhecimento seja construído através da interação e feedback docente, problem based-learning em que a resolução do problema em questão passa pela demonstração prática do conhecimento adquirido, além da construção de um Projeto de Canais de Distribuição a ser definido pelo Docente, que deverá ser executado pelos alunos reunidos em grupos, por meio de ferramentas colaborativas online.

Já o objetivo de estruturar um canal de distribuição eficiente (AT1), contará com uma metodologia questionadora, interrogativa, onde a contextualização de respostas são o ponto chave para a consolidação do conhecimento. Os estudantes serão convidados a responder quizzes no âmbito de cada temática abordada, contextualizados em cenários de empresas fictícias representando desafios reais do quotidiano empresarial.

4.4.9.Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

Objective K1 (understand the dynamics of distribution channels and their trends), and objective K2 (understanding distribution channels as tools for competitiveness), will have exposure as a basis, in addition to other methodologies that will guarantee the totality of knowledge to be built.

The aptitude objective AP1 (understand the omnichannel strategies in the market), will normally use virtual forums and tutorials so that knowledge is built through interaction and teacher feedback, problem based-learning in which the resolution of the problem in question passes by the practical demonstration of the acquired knowledge, in addition to the construction of a Distribution Channels Project to be defined by the Teacher, which should be carried out by students gathered in groups, through online collaborative tools.

The objective of structuring an efficient distribution channel (AT1), on the other hand, will rely on a questioning, interrogative methodology, where the contextualization of answers is the key point for the consolidation of knowledge. Students will be invited to answer quizzes within the scope of each topic addressed, contextualized in scenarios of fictitious companies representing real challenges in everyday business.

4.4.10.Bibliografia de consulta/existência obrigatória e outros recursos de aprendizagem específicos para EaD:

Carvalho, J. (2004). A Logica da Logística. Lisboa: Edições Sílabo.

Dent, J. (2011). Distribution Channels: Understanding And Managing Channels To Market. New York: Kogan Page.

Roccatto, P. (2006). Canais de Venda e Distribuição. Porto: M. Books.

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2016). Marketing 4.0: Moving from traditional to digital. New Jersey: John Wiley.

Kotler, P., & Keller, K. (2019). Administração de marketing. São Paulo: Pearson.

Lambin, J. (2000). Marketing Estratégico. McGraw – Hill.

Palmatier, R., Sivadas, E., Stern, L., & El-Ansary, A. (2020). Marketing Channel Strategy: An Omni-Channel Approach. UK: Routledge.

Rousseau, J. (1997). Manual de Distribuição. Porto: Controljornal.

Mapa IV - Gestão Financeira**4.4.1.1.Designação da unidade curricular:***Gestão Financeira***4.4.1.1.Title of curricular unit:***Financial management***4.4.1.2.Sigla da área científica em que se insere:***CEmp***4.4.1.3.Duração(1):***Semestral***4.4.1.4.Horas de trabalho(2):***150***4.4.1.5.1Horas de contacto assíncrono a distância(3):***T-28;***4.4.1.5.2Horas de contacto síncrono a distância(3):***TP-23;***4.4.1.5.3Horas de contacto presencial(3):***<sem resposta>***4.4.1.6.ECTS:***6***4.4.1.7.Observações(4):**

Esta UC suporta o cumprimento dos objetivos C2, C3, AP1 e AT1. O objetivo C2 de aplicar os aspetos da gestão de organizações no marketing irá compor 10% do tempo de trabalho desta UC. Já o C3 será trabalhado em 40% do tempo de trabalho. Para além disto, 30% do tempo de trabalho da UC será para demonstrar competências analíticas para uma melhor tomada de decisão (AP1). Por fim, 20% será dedicado a decidir uma estratégia para impulsionar o crescimento da empresa (AT1).

Esta UC é do tipo aplicada e prepara os estudantes para conhecimentos posteriores como Gestão de Marcas, Gestão de Canais, Gestão de Vendas e Empreendedorismo Digital, ao lançar as bases de um planeamento financeiro e gestão organizacional. Como antecedentes, surgiram as UCs de Fundamentos de Economia, que trouxe um conhecimento macro do cenário, e Fundamentos de Gestão, além das UCs de Marketing que possibilitarão o pensamento aplicado da gestão financeira no contexto do CE.

4.4.1.7.Observations:

This CU supports the fulfilment of objectives C2, C3, AP1, and AT1. The C2 objective of applying the aspects of managing organizations in marketing will make up 10% of the working time of this UC. On the other hand, C3 will be worked in 40% of working time. In addition, 30% of the curricular unit's working time will be to demonstrate analytical skills for better decision-making (AP1). Finally, 20% will be dedicated to deciding a strategy to drive the company's growth (AT1).

This CU is of the application type and prepares students for further knowledge such as Brand Management, Channel Management, Sales Management, and Digital Entrepreneurship, by laying the foundations for financial planning and organizational management. As antecedents came to the CUs of Fundamentals of Economics, which brought a macro knowledge of the scenario and Fundamentals of Management, in addition to the CUs of Marketing that will enable the applied thinking of financial management in the context of the SC.

4.4.2.Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):*Carlos Augusto Sousa Abrunhosa de Brito; 23 horas***4.4.3.Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:***<sem resposta>***4.4.4.Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o ensino a distância (conhecimentos, aptidões e**

competências a desenvolver pelos estudantes (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

- C1. Identificar e avaliar as principais formas e fontes de financiamento para empresas;*
- C2. Identificar os riscos e os impactos financeiros em projetos;*
- C3. Conhecer os controlos e ferramentas de apoio à Gestão Financeira.*
- AP. Reconhecer os efeitos da Gestão Financeira na gestão de projetos e negócios*
- AT1. Favorecer a viabilidade económica e financeira nos negócios*

4.4.4. Intended learning outcomes and respective compatibility with distance learning (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

- K1. Identify and assess the main forms and sources of financing for companies;*
- K2. Identify the risks and financial impacts on projects;*
- K3. Know the controls and tools to support Financial Management.*
- AP1. Recognize the effects of Financial Management on project and business management*
- AT1 . Favor economic and financial viability in business*

4.4.5. Conteúdos programáticos:

- 1- As principais variáveis, rácios e condicionantes da função financeira: o investimento nas empresas e nas organizações em geral.*
- 2- As metodologias de avaliação de investimentos em projetos de investimento e em empresas.*
- 3- As decisões de investimento, suas formas e fontes de financiamento.*
- 4- Planeamento e controlo financeiro.*

4.4.5. Syllabus:

- 1- The main variables, ratios and constraints of the financial function: investment in companies and organizations in general.*
- 2- The methodologies for evaluating investments in investment projects and companies.*
- 3- Investment decisions, their forms and sources of financing.*
- 4- Planning and financial control.*

4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

O objetivo de conhecimento C1 onde o aluno deve identificar e avaliar as principais formas e fontes de financiamento para empresas, o C2 que preconiza que o aluno possa identificar os riscos e os impactos financeiros em projetos, e o C3 que determina que o estudante seja capaz de conhecer os controlos e ferramentas de apoio à Gestão Financeira, são suportados por meio dos conteúdos programáticos 1, 2 e 3.

Relativamente ao objetivo AP1 (reconhecer os efeitos da Gestão Financeira na gestão de projetos e negócios), o conteúdo programático 4 dará suporte à sua concretização.

Já o objetivo AT1, o de favorecer a viabilidade económica e financeira nos negócios, será trabalhado de forma transversal em todos os conteúdos programáticos da unidade curricular.

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The K1 knowledge objective where the student must identify and evaluate the main forms and sources of financing for companies, the K2 which advocates that the student can identify the risks and financial impacts on projects, and the K3 which determines that the student is capable to know the controls and tools to support Financial Management, are supported through the syllabus 1, 2 and 3.

Regarding objective AP1 (recognizing the effects of Financial Management on project and business management), syllabus 4 will support its achievement.

The AT1 objective, that of favoring economic and financial viability in business, will be worked transversally in all the syllabus of the course.

4.4.7. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico (com indicação do número de estudantes por turma/grupo para as tipologias de horas de contacto relevantes, e com referência aos meios materiais e tecnológicos utilizados em cada tipologia):

Esta UC contará com sessões síncronas expositivas e de tutorias, além de assíncronas onde serão disponibilizados conteúdos que ofereçam apoio à construção do conhecimento, na forma de metodologias de ensino demonstrativas e ativas. Assim, o ensino e aprendizagem online do CE terá em sua etapa I um fórum virtual em que será aberto um canal de comunicação para estímulos motivacionais e suportes que se façam necessários. A etapa II, de socialização online contará com um quebra-gelo interativo, por meio de dinâmicas de apresentação. Já a etapa III contará com aulas virtuais de lecionação dos conteúdos, além da criação de um repositório de referências, no qual o docente partilhará materiais que serão solicitados em etapas posteriores. A etapa IV de construção do conhecimento, fará utilização de metodologias ativas como recurso principal, nomeadamente cenários e simulações, role-play e estudos de caso, além da resolução de problemas e exercícios. Assim, chega-se a etapa V, na qual o estudante desenvolve capacidade de explorar informação. Aqui haverá momentos avaliativos por meio de e-atividades como um teste de avaliação de conhecimento.

4.4.7. Specific teaching methodologies of the curricular unit and their link with the pedagogical model (point out the

number of students per class/group to the types of relevant contact hours, with reference to the material and technological facilities used in each typology):

This CU will feature synchronous expository sessions and tutorials, in addition to asynchronous where content will be made available that support the construction of knowledge, in the form of demonstrative and active teaching methodologies. Thus, the CE online teaching and learning will have, in its stage I, a virtual forum in which a communication channel will be opened for motivational stimuli and necessary support. Stage II, online socialization, will feature an interactive icebreaker, through presentation dynamics. Stage III, on the other hand, will feature virtual classes for teaching the contents, in addition to the creation of a repository of references, in which the teacher will share materials that will be requested in later stages. Stage IV of knowledge construction will use active methodologies as the main resource, namely scenarios and simulations, role-play and case studies, in addition to problem solving and exercises. Thus, stage V is reached, in which the student develops the ability to explore information. Here there will be evaluative moments through e-activities such as a knowledge assessment test.

4.4.8.Avaliação:

O processo de avaliação contempla os seguintes regimes: (i) avaliação contínua ou (ii) avaliação final. Em qualquer destes regimes, o estudante obterá aproveitamento se tiver classificação final igual ou superior a 10 valores. O modelo de avaliação contínua é aquele que decorre ao longo do período de aulas e reflete uma permanente interação entre docente e estudante, convergente com o modelo pedagógico do IPAM para o EaD, pois assume que os métodos de avaliação devem ser valorizados ao longo do processo de ensino e aprendizagem.

No regime de avaliação contínua será valorizada a avaliação formativa que permitirá acompanhar e, se necessário, ajustar o percurso do estudante, e a avaliação sumativa que permitirá avaliar a aquisição dos objetivos da UC.

Assume-se uma assiduidade mínima de 70% nas aulas síncronas, bem como uma interação mínima de 70% com as atividades assíncronas. Este cumprimento será verificado diretamente através das ferramentas analytics do LMS.

A avaliação contínua pressupõe três elementos:

i) Participação, medida em função da regularidade e em tempo útil nas atividades propostas no período de aulas, assim como do cumprimento das datas estabelecidas para a realização das atividades. O estudante deverá ter uma classificação mínima de 8 valores, contabilizando 20% da nota final.

ii) Avaliação sumativa intermédia, composta por atividades propostas pelo docente ao longo do período de aulas. Nestas, o estudante deverá ter uma classificação mínima média de 8 valores, contabilizando 40% da nota final. Este elemento será composto por:

ii.a) Trabalho em grupo sobre rendimentos operacionais, gastos diretos inerentes às vendas e gastos de financiamento da empresa.

ii.b) Trabalho em grupo sobre a projeção e gestão dos meios financeiros líquidos da empresa bem como das contas a receber e a pagar.

iii) Avaliação sumativa final, composta por atividades propostas pelo docente no decorrer da época de avaliação (após o período de aulas). De forma a garantir a fiabilidade e autoria das respostas será utilizado o LockDown Browser.

Nestas, o estudante deverá ter uma classificação mínima média de 8 valores, contabilizando 40% da nota final. Este elemento será composto por:

iii.a) uma prova escrita e/ou teórica

iii.b) Trabalho em grupo, defesa individual, apresentando o Balanço e a Demonstração de Resultados devidamente justificados da empresa, projetado a cinco anos e respetiva análise financeira do projeto de investimento.

Por fim, o regime de avaliação final ocorre após o período de aulas e incidirá sobre todos os conteúdos lecionados na UC. De forma a garantir a fiabilidade e autoria das respostas será utilizado o LockDown Browser. Serão admitidos à avaliação final os estudantes que optem por esta opção, bem como os que não obtiverem aprovação na avaliação contínua. Nestas, o estudante deverá ter uma classificação mínima de 10 valores. Este elemento será composto por:

a) uma prova escrita e/ou teórica

4.4.8.Assessment:

The assessment process includes the following assessment regimes: (i) continuous assessment or (ii) final assessment. In any of these methods, students will be successful if they have a final grade equal to or greater than 10 points. The continuous assessment model is one that takes place throughout the lecturing period and reflects a permanent interaction between professor and student. This assessment methods converges with the pedagogical model of the IPAM for online, in the sense that it assumes that assessment should be valued throughout the teaching and learning process.

In the ongoing assessment system, formative assessment that will allow monitoring and, if necessary, adjusting the student's path, and the summative assessment that will allow evaluating the acquisition of the CU objectives will be valued. A minimum attendance of 70% in synchronous classes is assumed, as well as a minimum interaction of 70% in asynchronous activities. This compliance will be verified directly through the LMS analytics tools.

Continuous assessment presupposes three elements:

i) Participation, measured in terms of regularity and timeliness in the activities proposed during the class period, as well as compliance with the dates established for carrying out the activities. The student must have a minimum classification of 8 values, accounting for 20% of the final grade.

ii) Intermediate summative assessment, consisting of activities proposed by the teacher throughout the class period. In these, the student must have a minimum average classification of 8 values, accounting for 40% of the final grade. This element will consist of:

ii. a) Group work on operating income, direct sales expenses, and company financing expenses.

ii. b) Group work on the projection and management of the company's net financial resources, as well as accounts receivable and payable.

iii) Final summative assessment, consisting of activities proposed by the teacher during the assessment period (after the class period). To guarantee reliability and authoritative answers, the LockDownBrowser will be used. In these, the student must have a minimum average classification of 8 values, accounting for 40% of the final grade. This element will consist of:

iii. a) a written and/or theoretical test

iii.b) Group work, individual defense, presenting the company's Balance Sheet and Income Statement, projected for five years, and the respective financial analysis of the investment project.

Finally, the final evaluation regime takes place after the class period and will focus on all content taught in the CU. To guarantee reliability and authoritative answers, the LockDownBrowser will be used. Students who opt for this option will be admitted to the final assessment, as well as those who do not pass the continuous assessment. In these, the student must have a minimum classification of 10 values. This element will consist of:

a) a written and/or theoretical test

4.4.9. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

O objetivo C1 (Identificar e avaliar as principais formas e fontes de financiamento para empresas), C2 (identificar os riscos e os impactos financeiros em projetos), e C3 (conhecer os controlos e ferramentas de apoio à Gestão Financeira) terão suporte em metodologias que permitam ao e-moderador realizar a inclusão no online, potenciando a capacidade dos alunos de construir a aprendizagem. Assim, serão estruturados vídeos com indicações sobre o LMS e sobre a UC, conteúdos e contexto. Numa etapa posterior, estes objetivos estarão presentes em fóruns de discussão colaborativos, onde serão dispostos casos de estudo reais. O objetivo de aptidão AP1 (reconhecer os efeitos da Gestão Financeira na gestão de projetos e negócios) contará com vídeo-aula teórica e aulas expositivas, sendo parte da etapa II, III e IV da construção do conhecimento. O mesmo acontece com o objetivo de favorecer a viabilidade económica e financeira nos negócios (AT1), através de cenários e simulações relacionados com o conteúdo da UC, brainstormings para solução dos casos de estudo e projeto em grupo. Já a etapa V será garantida por meio de um teste de avaliação de conhecimentos ao final da UC.

4.4.9. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

Objective K1 (Identify and assess the main forms and sources of financing for companies), K2 (identify the risks and financial impacts on projects), and K3 (know the controls and tools to support Financial Management) will be supported by methodologies that allow the e-moderator to include online, enhancing the students' ability to build learning. Thus, videos will be structured with indications about the LMS and about the CU, content, and context. In a later stage, these objectives will be present in collaborative discussion forums, where real case studies will be displayed. The AP1 aptitude objective (recognizing the effects of Financial Management in project and business management) will feature theoretical video lessons and lectures, being part of stages II, III, and IV of knowledge construction. The same happens with the objective of favoring the economic and financial viability in the business (AT1), through scenarios and simulations related to the CU content, brainstorming to solve case studies, and group projects. Stage V will be guaranteed through a knowledge assessment test at the end of the CU.

4.4.10. Bibliografia de consulta/existência obrigatória e outros recursos de aprendizagem específicos para EaD:

Blank, L.T., & Tarquin, A.J. (2008). Engenharia Económica. New York: McGraw-Hill.

Borges, A., Rodrigues, A., & Rodrigues, R. (2005). Elementos de Contabilidade Geral. Áreas Editora.

Brealey, R., Allen, F. & Myers, S. (2007). Princípios de Finanças Empresariais. Portugal: McGraw-Hill.

Costa, C. Barroso, L., & Soares, J. (2002). Qualitative modeling of credit scoring: a case study in banking. European Research Studies, 5(1-2), 37-51.

Damodaran, A. (2001). Corporate Finance: Theory and Practice. New Jersey: John Wiley.

Fabozzi, F. J. (2012). Analysis of Financial Statements. New Jersey: John Wiley.

Rodrigues, J. (2019). SNC - Sistema de Normalização Contabilística – Explicado. Porto: Porto Editora.

Mapa IV - Estatística

4.4.1.1. Designação da unidade curricular:

Estatística

4.4.1.1. Title of curricular unit:

Statistic

4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:

ME

4.4.1.3. Duração(1):

Semestral

4.4.1.4. Horas de trabalho(2):

150

4.4.1.5.1 Horas de contacto assíncrono a distância(3):

T-14; TP-14;

4.4.1.5.2 Horas de contacto síncrono a distância(3):

TP-6; PL-17;

4.4.1.5.3 Horas de contacto presencial(3):*<sem resposta>***4.4.1.6. ECTS:**

6

4.4.1.7. Observações(4):

Esta UC prepara os estudantes para UCs posteriores que requerem conhecimentos e competências em análise de dados, como Estudos de Mercado, Marketing Analytics e Vendas e Previsão de Procura, por exemplo. É do tipo laboratorial pois tem por base predominante o contacto com a teoria que servirá de base para as demais UCs posteriores. Ao longo de 6 ECTS esta UC dá suporte à operacionalização do objetivo de conhecimento C3, de interpretar contexto económico e financeiro e aplicá-lo aos negócios, em 10% do tempo de trabalho. O objetivo de aptidão AP1, de demonstrar competências analíticas para uma melhor tomada de decisão terá 70% de dedicação nesta UC e, os 20% restantes serão dedicados ao desenvolvimento de valor organizacional com qualidade, rigor científico e ética (AT2).

4.4.1.7. Observations:

This CU prepares students for later UCs that require knowledge and skills in data analysis, such as Market Studies, Marketing Analytics, and Sales and Demand Forecasting, for example. It is of the laboratory type as its predominant base is the contact with the theory that will serve as a basis for the other later UCs. Over 6 ECTS, this UC supports the operationalization of the knowledge objective C3, of interpreting the economic and financial context and applying it to business, in 10% of the working time. The AP1 aptitude objective, to demonstrate analytical skills for a better decision making will have 20% dedication in this CU, and the remaining 20% will be dedicated to developing organizational value with quality, scientific rigor, and ethics (AT2).

4.4.2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):*Isabel Maria da Silva Machado; 23 horas***4.4.3. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:***<sem resposta>***4.4.4. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o ensino a distância (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):***C1. Identificar e distinguir os conceitos básicos**C2. Demonstrar e interpretar graficamente informação estatística**C3. Interpretar e aplicar conceitos de estatística à realidade em estudo**AP1. Construir e analisar testes de hipóteses**AT1. Favorecer, com capacidade crítica, o uso de software para análise de dados***4.4.4. Intended learning outcomes and respective compatibility with distance learning (knowledge, skills and competences to be developed by the students):***K1. Identify and distinguish the basic concepts**K2. Demonstrate and interpret statistical information graphically**K3. Interpret and apply statistical concepts to the reality under study**AP1. Build and analyze hypothesis tests**AT1. Favor, critically, the use of software for data analysis***4.4.5. Conteúdos programáticos:***1 - Introdução à Estatística**1.1 População, Amostra, Variáveis Estatísticas, Categorias, Escalas de Medida. Etapas do Estudo Estatístico.**2 - Estatística Descritiva**3 - Distribuições de Probabilidade**4 - Inferência estatística paramétrica para uma população**4.1 Noção de estimação pontual e intervalar.**4.2 Intervalos de Confiança para uma população**4.3 Teste de hipótese paramétrico para uma população: teste t.**5 - Inferência estatística paramétrica para duas ou mais populações**5.1 Intervalos de Confiança para a diferença entre dois valores médios**5.2 Testes de hipóteses Paramétricos para duas ou mais populações: teste t, teste anova.**6 - Inferência estatística não-paramétrica para uma, duas ou mais populações*

6.1 Condições de aplicação dos testes não-paramétricos (teste da normalidade de kolmogorov-smirnov).

6.2 Testes não-paramétricos: Wilcoxon, Mann-Whitney, Kruskal-Wallis, Friedman, Qui-quadrado

4.4.5.Syllabus:

1 -Introduction to Statistics

1.1 Population, Sample, Statistical Variables, Categories, Measurement Scales. Steps of a Statistical Study.

2 - Descriptive Statistics

3 - Probability Distributions

4 - Parametric statistical inference for one population

4.1 The notion of point and interval estimation.

4.2 Confidence Intervals for one population

4.3 Parametric hypothesis testing for one population: test t.

5 - Parametric statistical inference for two or more populations

5.1 Confidence Intervals for the difference between two mean values

5.2 Parametric Tests for two or more populations: t-test and anova test.

6 - Non-parametric statistical inference for one, two, or more populations

6.1 Conditions for applying non-parametric tests (Kolmogorov-smirnov normality test)

6.2 Non-parametric tests: Binomial, Mann-Whitney, Kruskal-Wallis, Wilcoxon, Friedman Test.

4.4.6.Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

O objetivo de conhecimento C1 onde o aluno deve identificar e distinguir os conceitos básicos, o C2 que preconiza que o aluno possa demonstrar e interpretar graficamente informação estatística, e o C3 que determina que o estudante seja capaz de interpretar e aplicar conceitos de estatística à realidade em estudo, são suportados por meio dos conteúdos programáticos 1, 2 e 3.

Relativamente ao objetivo AP1 (construir e analisar testes de hipóteses), os conteúdos programáticos 4, 5 e 6 darão suporte à sua concretização.

Já o objetivo AT1, o de favorecer, com capacidade crítica, o uso de software para análise de dados será trabalhado de forma transversal em todos os conteúdos programáticos da unidade curricular.

4.4.6.Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The K1 knowledge objective, where the student must identify and distinguish the basic concepts, K2 that recommends that the student can demonstrate and interpret statistical information graphically, and K3 that determines that the student is able to interpret and apply statistical concepts to reality in study, are supported through the syllabus 1, 2 and 3.

Regarding the objective AP1 (build and analyze hypothesis tests), the syllabus 4, 5 and 6 will support its implementation.

The AT1 objective, on the other hand, is to favor, critically, the use of software for data analysis, will be worked in a transversal way through all the syllabus of the CU.

4.4.7.Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico (com indicação do número de estudantes por turma/grupo para as tipologias de horas de contacto relevantes, e com referência aos meios materiais e tecnológicos utilizados em cada tipologia):

A metodologia de ensino proposta é baseada no estudo da teoria, realização de exercícios e estudo de casos utilizando meios informáticos e será desenvolvida nas 5 fases do modelo de ensino aprendizagem. Desta forma, na fase I o aluno contará com sessões de tutoria, síncrona, vídeos gravados em estúdio e fóruns virtuais para fins de esclarecimento e envolvimento.

Já na fase II serão desenvolvidas aulas teóricas e teórico-práticas onde se apresentará conceitos, metodologias e técnicas. Pretende-se propiciar a análise e discussão de temas concretos, estudos de caso que permitam o desenvolvimento do sentido crítico, de análise e tomada de decisão, consolidando os resultados da aprendizagem. As sessões de contacto em prática laboratorial também serão uma constante no decorrer da Unidade e serão sempre levadas a cabo com recurso à informática, nos contextos das fases III e IV. Nestas aulas pretende-se desenvolver competências de utilização e conhecimento de software, bem como capacidades de análise de problemas concretos, recolha, seleção e interpretação de informação relevante.

A fase V será composta por momentos de avaliação.

4.4.7.Specific teaching methodologies of the curricular unit and their link with the pedagogical model (point out the number of students per class/group to the types of relevant contact hours, with reference to the material and technological facilities used in each typology):

The proposed teaching methodology is based on the study of theory, exercises and case studies using a computer means and will be developed in the 5 phases of the teaching-learning model. Thus, in phase I, the student will have tutoring sessions, synchronous, videos recorded in the studio and virtual forums for clarification and setting purposes.

In phase II, theoretical and theoretical-practical classes will be developed where concepts, methodologies, and techniques will be presented. It is intended to provide the analysis and discussion of concrete themes, case studies that allow the development of a critical sense, analysis, and decision-making, consolidating the learning results. The contact sessions in laboratory practice will also be a constant throughout the Unit and will always be carried out using

information technology, in the context of phases III and IV. In these classes, it is intended to develop skills in the use and knowledge of software, as well as skills in analyzing concrete problems, collecting, selecting, and interpreting relevant information.

Evaluation:

The phase V will consist of evaluation moments.

4.4.8.Avaliação:

O processo de avaliação contempla os seguintes regimes: (i) avaliação contínua ou (ii) avaliação final. Em qualquer destes regimes, o estudante obterá aproveitamento se tiver classificação final igual ou superior a 10 valores. O modelo de avaliação contínua é aquele que decorre ao longo do período de aulas e reflete uma permanente interação entre docente e estudante, convergente com o modelo pedagógico do IPAM para o EaD, pois assume que os métodos de avaliação devem ser valorizados ao longo do processo de ensino e aprendizagem.

No regime de avaliação contínua será valorizada a avaliação formativa que permitirá acompanhar e, se necessário, ajustar o percurso do estudante, e a avaliação sumativa que permitirá avaliar a aquisição dos objetivos da UC. Assume-se uma assiduidade mínima de 70% nas aulas síncronas, bem como uma interação mínima de 70% com as atividades assíncronas. Este cumprimento será verificado diretamente através das ferramentas analytics do LMS.

A avaliação contínua pressupõe três elementos:

i) Participação, medida em função da sua participação regular e em tempo útil nas atividades propostas no período de aulas, assim como do cumprimento das datas estabelecidas para a realização das atividades. O estudante deverá ter uma classificação mínima de 8 valores, contabilizando 20% da nota final.

ii) Avaliação sumativa intermédia, composta por atividades propostas pelo docente ao longo do período de aulas. Nestas, o estudante deverá ter uma classificação mínima média de 8 valores, contabilizando 40% da nota final. Este elemento será composto por:

ii.a) "open data" em simulações para realização de exercícios práticos

ii.b) gamificação

iii) Avaliação sumativa final, composta por atividades propostas pelo docente no decorrer da época de avaliação (após o período de aulas). De forma a garantir a fiabilidade e autoria das respostas será utilizado o LockDown Browser. Nestas, o estudante deverá ter uma classificação mínima média de 8 valores, contabilizando 40% da nota final. Este elemento será composto por:

iii.a) uma prova escrita e/ou teórica, com o objetivo de validar os conhecimentos adquiridos pelos estudantes e certificar competências.

iii.b) Trabalho em grupo: análise estatística dos dados obtidos do inquérito, por software estatístico SPSS com descrição e interpretação das principais conclusões decorrentes dessa análise, recorrendo ao uso das técnicas estatísticas abordadas na UC.

Por fim, o regime de avaliação final ocorre após o período de aulas e incidirá sobre todos os conteúdos lecionados na UC. De forma a garantir a fiabilidade e autoria das respostas será utilizado o LockDown Browser. Serão admitidos à avaliação final os estudantes que optem por esta opção, bem como os que não obtiverem aprovação na avaliação contínua. Nestas, o estudante deverá ter uma classificação mínima de 10 valores. Este elemento será composto por:

a) uma prova escrita e/ou teórica.

4.4.8.Assessment:

The evaluation process includes the following regimes: (i) continuous evaluation or (ii) final evaluation. In any of these schemes, the student will be successful if they have a final grade equal to or greater than 10 points. The continuous assessment model is the one that takes place throughout the class period and reflects a permanent interaction between teacher and student, convergent with the pedagogical model of the IPAM for distance education, as it assumes that assessment methods should be valued throughout the teaching and learning process.

In the ongoing assessment system, formative assessment that will allow monitoring and, if necessary, adjusting the student's path, and the summative assessment that will allow evaluating the acquisition of the CU objectives will be valued. A minimum attendance of 70% in synchronous classes is assumed, as well as a minimum interaction of 70% in asynchronous activities. This compliance will be verified directly through the LMS analytics tools.

Continuous assessment presupposes three elements:

i) Participation, measured in terms of regular and timely participation in the activities proposed during the class period, as well as compliance with the dates established for carrying out the activities. The student must have a minimum classification of 8 values, accounting for 20% of the final grade.

ii) Intermediate summative assessment, consisting of activities proposed by the teacher throughout the class period. In these, the student must have a minimum average classification of 8 values, accounting for 40% of the final grade. This element will consist of:

ii.a) "open data" in simulations to carry out practical exercises

ii.b) gamification

iii) Final summative assessment, consisting of activities proposed by the teacher during the assessment period (after the class period). To guarantee reliability and authoritative answers, the LockDownBrowser will be used. In these, the student must have a minimum average classification of 8 values, accounting for 40% of the final grade. This element will consist of:

iii. a) a written and/or theoretical test, to validate the knowledge acquired by the students and certify competencies .

iii.b) Group work: statistical analysis of the data obtained from the survey, using SPSS statistical software with description and interpretation of the main conclusions arising from this analysis, using the statistical techniques addressed in the CU.

Finally, the final evaluation regime takes place after the class period and will focus on all content taught in the CU. To guarantee reliability and authoritative answers, the LockDownBrowser will be used. Students who opt for this option will be admitted to the final assessment, as well as those who do not pass the continuous assessment. In these, the

*student must have a minimum classification of 10 values. This element will consist of:
a) a written and/or theoretical test*

4.4.9.Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

Os objetivos C1, de identificar e distinguir os conceitos básicos, o C2, de demonstrar e interpretar graficamente informação estatística, e o C3, de interpretar e aplicar conceitos de estatística à realidade em estudo terão a exposição como metodologia de base, de forma síncrona e assíncrona, com vista à construção do conhecimento. O objetivo de aptidão AP1 (construir e analisar testes de hipóteses) terá por norma a utilização de simulações com dados disponíveis para a prática do conhecimento adquirido. Já o objetivo de favorecer, com capacidade crítica, o uso de software para análise de dados (AT1), contará com formulação de questões por meio de plataformas colaborativas e de feedback do docente partilhado nos fóruns virtuais. Os estudantes serão convidados a responder questões do mundo real utilizando software no âmbito do conteúdo observado nesta UC.

4.4.9.Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

The objectives K1, to identify and distinguish the basic concepts, the K2, to graphically demonstrate and interpret statistical information, and the K3, to interpret and apply statistical concepts to the reality under study will have exposure as a basic methodology, synchronously and asynchronous, in order to build knowledge. The objective of aptitude AP1 (to build and analyze hypothesis tests) will normally use simulations with open data to practice the acquired knowledge. The objective of favoring, critically, the use of software for data analysis (AT1), will feature the formulation of questions through collaborative platforms and teacher feedback shared in virtual forums. Students will be invited to answer real-world questions using the software within the content observed in this CU.

4.4.10.Bibliografia de consulta/existência obrigatória e outros recursos de aprendizagem específicos para EaD:

*Abbott, M. (2011). Understanding Educational Statistics Using Microsoft Excel and SPSS. New Jersey: Wiley.
Carlberg, C. (2014). Statistical Analysis: Microsoft Excel 2013. London: Pearson.
Machado, I., Costa, J., Rodrigues, A. (2013). O essencial do questionário: preparação, recolha e tratamento de dados em SPSS. Portugal: Edições IPAM.
Maroco, J. (2021). Análise Estatística com utilização do SPSS. Portugal: ReportNumber.
Murteira, B. (1993). Análise Exploratória de Dados. New York: McGraw-Hill.
Murteira, B. et al. (2002). Introdução à Estatística. Portugal: Livraria Escolar Editora.
Murteira, B., Antunes, M. (2012). Probabilidades e Estatística. Portugal: Livraria Escolar.
Pestana, M.H., Gageiro, J.N. (2000). Análise de Dados para Ciências Sociais. Lisboa: Sílabo.*

Mapa IV - Marketing Analytics

4.4.1.1.Designação da unidade curricular:

Marketing Analytics

4.4.1.1.Title of curricular unit:

Marketing Analytics

4.4.1.2.Sigla da área científica em que se insere:

MP

4.4.1.3.Duração(1):

Semestral

4.4.1.4.Horas de trabalho(2):

150

4.4.1.5.1Horas de contacto assíncrono a distância(3):

T-14; TP-14;

4.4.1.5.2Horas de contacto síncrono a distância(3):

TP-6; PL-17;

4.4.1.5.3Horas de contacto presencial(3):

<sem resposta>

4.4.1.6.ECTS:

6

4.4.1.7.Observações(4):

Esta unidade curricular, com uma tipologia laboratorial, localizada no 5º semestre, quando os estudantes já possuem base analítica advinda das UCs de Fundamentos da Programação e Estatística. É uma UC que ajuda a cumprir os objetivos C1, C3, AP1, AP2 e AT2 deste CE. Concretamente, 10% do tempo de trabalho será dedicado a identificar os conceitos, práticas e técnicas de gestão de marketing (C1), outros 20% a interpretar contexto económico e financeiro e aplicá-lo aos negócios (C3). Também 30% a demonstrar habilidades analíticas para melhor tomada de decisão (AP1) e 10% a identificar métodos e técnicas de marketing para utilização estratégica (AP2). Por fim, 30% do tempo de trabalho da UC será dedicado a desenvolver valor organizacional com qualidade, rigor científico e ética. Esta UC assume uma importância tal a medida em que, diante de variadas origens de dados, permite criar um ecossistema informacional voltado aos objetivos da gestão de marketing.

4.4.1.7.Observations:

This curricular unit, with a laboratory typology, is located in the 5th semester when students already have an analytical basis from the Fundamentals of Programming and Statistics CUs. It is a CU that helps to fulfill the objectives K1, K3, AP1, AP2, and AT2 of this SC. Specifically, 10% of the working time will be dedicated to identifying the concepts, practices, and techniques of marketing management (K1), another 20% to interpreting the economic and financial context and applying it to the business (K3). Also, 30% to demonstrate analytical skills for better decision making (AP1) and 10% to identify marketing methods and techniques for strategic use (AP2). Finally, 30% of the UC working time will be dedicated to developing organizational value with quality, scientific rigor, and ethics. This UC assumes such importance to the extent that, in the face of different data sources, it allows the creation of an informational ecosystem aimed at the objectives of marketing management.

4.4.2.Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):

Silvio Farias de Menezes; 23 horas

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

<sem resposta>

4.4.4.Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o ensino a distância (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

C1. Analisar o impacto do Marketing Analytics e tecnologias associadas na organização.

C2. Compreender a melhor forma de aplicar métodos e técnicas de Marketing Analytics na abordagem de problemas de negócios estratégicos.

AP1. Compreender o papel do Marketing Analytics em ajudar as organizações a tomar melhores decisões.

AP2. Conduzir uma análise aprofundada de um problema estratégico de negócios.

AT1. Criar valor com os dados e sugerir soluções enquanto se antecipa aos problemas e oportunidades nas organizações.

4.4.4.Intended learning outcomes and respective compatibility with distance learning (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

K1. Analyze the impact of Marketing Analytics and associated technologies on the organization.

K2. Understand the best way to apply Marketing Analytics methods and techniques in addressing strategic business problems.

AP1. Understand the role of Marketing Analytics in helping organizations make better decisions.

AP2. Conduct an in-depth analysis of a strategic business problem.

AT1. Create value with data and suggest solutions while anticipating problems and opportunities in organizations

4.4.5.Conteúdos programáticos:

1. Analytics: descobrindo o valor do cliente

2. Ecossistema Informacional e o Marketing Analytics

3. Business Intelligence x Big Data x Data Mining x DW

4. Ferramentas de Reporting, BI e Data Visualization

5. Social Network Analytics

6. Artificial Intelligence aplicada à Marketing Analytics

7. Factores Críticos de Sucesso em Marketing Analytics

4.4.5.Syllabus:

1. Analytics: Discovering Customer Value

2. Informational Ecosystem and Marketing Analytics

3. Business Intelligence x Big Data x Data Mining x DW

4. Reporting, BI, and Data Visualization Tools

5. Social Network Analytics

6. Artificial Intelligence applied to Marketing Analytics

7. Critical Success Factors in Marketing Analytics

4.4.6.Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

O objetivo de Aprendizagem C1 será trabalhado nos pontos: 1. e 2.

O objetivo de Aprendizagem C2 será trabalhado nos pontos 3, 4 e 5.

O objetivo de Aprendizagem AP1 será trabalhado nos pontos 1, 2, 3, 4 e 5.

O objetivo de Aprendizagem AP2 será trabalhado nos pontos 4, 5, 6 e 7.

O objetivo de Aprendizagem AT1 será trabalhado de forma transversal por todos os conteúdos programáticos da unidade curricular.

4.4.6.Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The Learning objective K1 will be worked on the points: 1. and 2.

The Learning objective K2 will be worked on in points 3, 4, and 5.

The Learning objective AP1 will be worked on points 1, 2, 3, 4, and 5.

The Learning objective AP2 will be worked on points 4, 5, 6, and 7.

The AT1 Learning objective will be worked in a transversal way by all the syllabus of the curricular unit.

4.4.7.Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico (com indicação do número de estudantes por turma/grupo para as tipologias de horas de contacto relevantes, e com referência aos meios materiais e tecnológicos utilizados em cada tipologia):

Serão realizadas sessões de tutoria e fóruns virtuais em todas as etapas, oferecendo continuamente o suporte técnico e social necessário a todos os estudantes. A partir da etapa III, os estudantes começarão a ter contacto com os conteúdos programáticos, através de vídeo-lições, aulas virtuais, artigos e referências, familiarizando-se com a procura do conhecimento e troca de informações. A partir da Etapa IV os estudantes terão um papel ativo na construção do seu conhecimento, através de brainstormings, debates, elaboração de projetos e laboratórios virtuais. Por fim, na última Etapa irão pôr à prova a sua capacidade de crítica e reflexão e serão avaliados através de trabalhos escritos, testes de avaliação e da prova final.

Ações Assíncronas:

- Aula expositiva teórica gravada

- Aula expositiva demonstrando o uso das ferramentas no âmbito de Marketing Analytics gravada

- Fórum de discussão, onde os alunos serão instados a utilizar as ferramentas para resolver problemas usuais no domínio do Marketing.

- laboratórios virtuais, nos quais o docente e os estudantes trabalharão em contexto laboratorial (virtual), com vista à aplicação prática de técnicas e metodologias pertinentes para a unidade curricular e respetivas matérias em estudo.

Ações Síncronas:

- Momento utilizado para acompanhamento das dúvidas dos alunos e discussões sobre a conexão entre a temática da UC e circunstâncias do cotidiano empresarial.

- Simulações onde se reproduzem as condições de uma situação real.

4.4.7.Specific teaching methodologies of the curricular unit and their link with the pedagogical model (point out the number of students per class/group to the types of relevant contact hours, with reference to the material and technological facilities used in each typology):

Tutoring sessions and virtual forums will be held at all stages, continuously offering the necessary technical and social support to all students. From stage III onwards, students will begin to have contact with the syllabus, through video lessons, virtual classes, articles, and references, becoming familiar with the search for knowledge and exchange of information. From Stage IV onwards, students will have an active role in the construction of their knowledge, through brainstorming, debates, project development, and virtual laboratories. Finally, in the last stage, they will test their capacity for criticism and reflection and will be assessed through written work, assessment tests, and the final exam.

Asynchronous Actions:

- Theoretical lecture recorded

- Lecture demonstrating the use of tools in the context of recorded Marketing Analytics

- Discussion forum, where students will be asked to use the tools to solve usual problems in the field of Marketing.

- virtual laboratories, in which the teacher and students will work in a (virtual) laboratory context, with a view to the practical application of techniques and methodologies relevant to the curricular unit and respective subjects under study.

Synchronous Actions:

- Moment used to follow-up students' doubts and discussions about the connection between the subject of CU and circumstances of daily business.

- Simulations where the conditions of a real situation are reproduced.

4.4.8.Avaliação:

O processo de avaliação contempla os seguintes regimes: (i) avaliação contínua ou (ii) avaliação final. Em qualquer destes regimes, o estudante obterá aproveitamento se tiver classificação final igual ou superior a 10 valores. O modelo de avaliação contínua é aquele que decorre ao longo do período de aulas e reflete uma permanente interação entre docente e estudante, convergente com o modelo pedagógico do IPAM para o EaD, pois assume que os métodos de avaliação devem ser valorizados ao longo do processo de ensino e aprendizagem.

No regime de avaliação contínua será valorizada a avaliação formativa que permitirá acompanhar e, se necessário, ajustar o percurso do estudante, e a avaliação sumativa que permitirá avaliar a aquisição dos objetivos da UC.

Assume-se uma assiduidade mínima de 70% nas aulas síncronas, bem como uma interação mínima de 70% com as atividades assíncronas. Este cumprimento será verificado diretamente através das ferramentas analytics do LMS.

A avaliação contínua pressupõe três elementos:

i) Participação, medida em função da sua participação regular e em tempo útil nas atividades propostas no período de aulas, assim como do cumprimento das datas estabelecidas para a realização das atividades. O estudante deverá ter uma classificação mínima de 8 valores, contabilizando 20% da nota final.

ii) Avaliação sumativa intermédia, composta por atividades propostas pelo docente ao longo do período de aulas. Nestas, o estudante deverá ter uma classificação mínima de 8 valores, contabilizando 40% da nota final. Este elemento será composto por:

ii.a) Fórum de discussão, onde os alunos serão instados a utilizar as ferramentas para resolver problemas usuais no domínio do Marketing.

iii) Avaliação sumativa final, composta por atividades propostas pelo docente no decorrer da época de avaliação (após o período de aulas). De forma a garantir a fiabilidade e autoria das respostas será utilizado o LockDown Browser. Nestas, o estudante deverá ter uma classificação mínima média de 8 valores, contabilizando 40% da nota final. Este elemento será composto por:

iii.a) uma prova escrita e/ou teórica

iii.b) Relatório individual, onde os estudantes entregam o planeamento de um Projeto executado para resolver um desafio proposto por uma empresa real ou pelo Docente, com relação direta com a temática constante na UC.

Por último, o regime de avaliação final ocorre exclusivamente após o período de aulas e incidirá sobre todos os conteúdos lecionados na UC. De forma a garantir a fiabilidade e autoria das respostas será utilizado o LockDown Browser. Serão admitidos à avaliação final os estudantes que optem por esta opção, bem como aqueles que não tenham obtido aprovação no regime de avaliação contínua. Nestas, o estudante deverá ter uma classificação mínima de 10 valores. Este elemento será composto por:

a) uma prova escrita e/ou teórica.

4.4.8.Assessment:

The evaluation process includes the following regimes: (i) continuous evaluation or (ii) final evaluation. In any of these schemes, the student will be successful if they have a final grade equal to or greater than 10 points. The continuous assessment model is the one that takes place throughout the class period and reflects a permanent interaction between teacher and student, convergent with the pedagogical model of the IPAM for distance education, as it assumes that assessment methods should be valued throughout the teaching and learning process.

In the ongoing assessment system, formative assessment that will allow monitoring and, if necessary, adjusting the student's path, and the summative assessment that will allow evaluating the acquisition of the CU objectives will be valued. A minimum attendance of 70% in synchronous classes is assumed, as well as an average minimum interaction of 70% in asynchronous activities. This compliance will be verified directly through the LMS analytics tools.

Continuous assessment presupposes three elements:

i) Participation, measured in terms of regular and timely participation in the activities proposed during the class period, as well as compliance with the dates established for carrying out the activities. The student must have a minimum classification of 8 values, accounting for 20% of the final grade.

ii) Intermediate summative assessment, consisting of activities proposed by the teacher throughout the class period. In these, the student must have an average minimum classification of 8 values, accounting for 40% of the final grade. This element will consist of:

iii. a) a written and/or theoretical test

iii.b) The individual report, where students deliver the planning of a Project executed to solve a challenge proposed by a real company or by the Teacher, with direct relation to the constant theme at the UC.

Finally, the final evaluation regime occurs exclusively after the class period and will focus on all content taught in the CU. To guarantee reliability and authoritative answers, the LockDownBrowser will be used. Students who opt for this option will be admitted to the final assessment, as well as those who have not passed the continuous assessment scheme. In these, the student must have a minimum classification of 10 values. This element will consist of:

a) a written and/or theoretical test.

4.4.9.Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

Os objetivos C1 e C2, que incidem na importância de compreender e analisar o impacto do Marketing Analytics e tecnologias associadas na organização e a melhor forma de aplicar métodos e técnicas para tomada de decisões serão atingidos através de uma metodologia de ensino expositiva ancorada na exposição oral de informações, saber ou conteúdos em que o estudante tem um papel passivo, complementada com os outros métodos de ensino-aprendizagem, como leitura de textos científicos e simulações, em que se realiza um teste ou experiência pedagógica que reproduz as condições de uma situação real.

Os objetivos AP1 e AP2 voltados à compreensão do papel do Marketing Analytics nas organizações e a condução analítica profunda de um problema estratégico de negócios assentarão numa metodologia de ensino expositiva e demonstrativa com recurso ferramentas analíticas, além de apoiada em vídeo-lições e num livro digital disponibilizador de conteúdos.

Por fim, para atingir o objetivo AT1 que passa pela criação de valor com os dados e sugestão de soluções em antecipação aos problemas e oportunidades nas organizações será desenvolvido por meio de metodologias de ensino interrogativas, a par do incentivo à leitura de bibliografia especializada e de exercícios de simulação. Nas metodologias selecionadas para o cumprimento deste objetivo, o docente promoverá a execução de procedimentos técnicos.

Paralelamente, promover-se-á a utilização de um fórum-digital para debater conteúdos pertinentes para a UC e a realização de pequenos Quizzes capazes de estimular a procura de novas informações e conhecimentos na área em apreço.

4.4.9.Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

Objectives K1 and K2, which focus on the importance of understanding and analyzing the impact of Marketing Analytics and associated technologies on the organization and the best way to apply methods and techniques for decision-making will be achieved through an expository teaching methodology anchored in oral presentation of information, knowledge or content in which the student has a passive role, complemented with other teaching-learning methods, such as reading scientific texts and simulations, in which a test or pedagogical experience is performed that reproduces the conditions of a real situation.

The AP1 and AP2 objectives aimed at understanding the role of Marketing Analytics in organizations and the deep analytical conduction of a strategic business problem will be based on an expository and demonstrative teaching methodology using analytical tools, in addition to supported by video lessons and a digital book content provider. Finally, to achieve the AT1 goal, which involves creating value with data and suggesting solutions in anticipation of problems and opportunities in organizations, it will be developed through interrogative teaching methodologies, along with encouraging the reading of specialized bibliography and simulation exercises. In the methodologies selected to fulfill this objective, the teacher will promote the execution of technical procedures.

At the same time, the use of a digital forum will be promoted to debate contents relevant to the UC and the realization of small quizzes capable of stimulating the search for new information and knowledge in the area in question.

4.4.10.Bibliografia de consulta/existência obrigatória e outros recursos de aprendizagem específicos para EaD:

Bendle, N., Farris, P., Pfeifer, P., & Reibstein, D. (2020). Marketing Metrics: The Manager's Guide to Measuring Marketing Performance. London: Pearson.

Clarck, D. (2017). Beginning Power BI: A Practical Guide to Self-Service Data Analytics with Excel 2016 and Power BI Desktop. New York: Apress.

Grigsby, M. (2018). Marketing Analytics: A Practical Guide to Improving Consumer Insights Using Data Techniques. London: Kokan Pages.

Knaflic, C. (2019). Storytelling com dados: Um guia sobre visualização de dados para profissionais de negócios. New Jersey: Wiley.

Machado, C. (2019). Business Intelligence and Analytics in Small and Medium Enterprises. Florida: CRC Press.

Sharda, R., Delen, D., & Turban, E. (2018). Business Intelligence, Analytics, and Data Science: A Managerial Perspective. London: Pearson.

Venkatesan, R., Farris, P.W., & Wilcox, R.T. (2021). Marketing Analytics: Essential Tools for Data-Driven Decisions. Virginia: University of Virginia Press.

Mapa IV - Plano de Marketing**4.4.1.1.Designação da unidade curricular:**

Plano de Marketing

4.4.1.1.Title of curricular unit:

Marketing Plan

4.4.1.2.Sigla da área científica em que se insere:

MP

4.4.1.3.Duração(1):

Semestral

4.4.1.4.Horas de trabalho(2):

150

4.4.1.5.1Horas de contacto assíncrono a distância(3):

T-28;

4.4.1.5.2Horas de contacto síncrono a distância(3):

TP-23;

4.4.1.5.3Horas de contacto presencial(3):

<sem resposta>

4.4.1.6.ECTS:

6

4.4.1.7.Observações(4):

Esta UC consiste na elaboração e apresentação de um plano de marketing de uma organização existente, orientada para o mercado e com forte componente operacional. Deverá conter uma abordagem pragmática e claramente

direcionada para os objetivos. Neste contexto ajuda a cumprir os objetivos C1 (Identificar os conceitos, práticas e técnicas de gestão de marketing) em 30% do tempo AP1 (Demonstrar competências analíticas para uma melhor tomada de decisão) em 25%, AP2 (Identificar métodos e técnicas de marketing para utilização estratégica) em 25% e AT1 (Decidir uma estratégia para impulsionar o crescimento da empresa) em 20% do tempo de trabalho deste ciclo de estudos.

De tipologia aplicada, e sendo precedida pelas UCs de Marketing Estratégico, Operacional, Gestão de Preços, GM, Marketing Analytics, esta UC fomenta a autonomia, o estudo dirigido e uma atitude proativa na procura de soluções contribuindo para o avanço no conhecimento do CE, confluindo na materialização do Plano de Marketing.

4.4.1.7.Observations:

This CU consists of preparing and presenting a marketing plan for an existing organization, market-oriented and with a strong operational component. It should contain a pragmatic and goal-oriented approach. In this context, it helps to meet objectives C1 (Identify marketing management concepts, practices, and techniques) in 30% of the time, AP1 (Demonstrate analytical skills for a better decision-making) in 25%, AP2 (Identify marketing methods and techniques for strategic use) in 25% and AT1 (Decide a strategy to drive the company's growth) in 20% of the working time of this study cycle.

With an application typology, and being preceded by the Strategic Marketing, Operational, Price Management, Brand Management, Marketing Analytics CUs, this CU promotes autonomy, a directed study, and a proactive attitude in the search for solutions, contributing to the advancement of knowledge of the SC, converging in materializing the Marketing Plan.

4.4.2.Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):

Teresa Maria Aragonez Afonso Bicho; 23 horas

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

4.4.4.Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o ensino a distância (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

C1. Reconhecer as diferentes metodologias de construção do plano de marketing

AP1. Estabelecer relação entre o conhecimento teórico do tema com a utilidade prática da sua construção

AT1. Interpretar um plano de marketing operacional

AT2. Construir um plano de marketing operacional de curto prazo

4.4.4.Intended learning outcomes and respective compatibility with distance learning (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

K1. Recognize the different methodologies for building a marketing plan

AP1. Establish a relationship between the theoretical knowledge of the topic and the practical usefulness of its construction

AT1. Interpret an operational marketing plan

AT2. Build a short-term operational marketing plan

4.4.5.Conteúdos programáticos:

1. Princípios básicos de planeamento de marketing

2. Estudo de planos de marketing do autor

2.1 Philip Kotler

2.2 Malcolm McDonald

2.3 John Westwood

2.4 William Cohen

3. Estrutura do Plano de Marketing a adotar (tradicional e digital)

3.1 Diagnóstico de mercado e tendências

3.2 Definição de objetivos e metas

3.3 Definição das Estratégias de Marketing

3.4 Definição das Políticas de Marketing Mix

3.5 Preparação dos Programas de Ação

3.6 Orçamento de Marketing

3.7 Métricas de Marketing

3.8 Monitorização e planos de contingência

4.4.5.Syllabus:

1. Basic principles of marketing planning

2. Study of author marketing plans

2.1 Philip Kotler

2.2 Malcolm McDonald

2.3 John Westwood

2.4 William Cohen

3. Marketing Plan Structure to be adopted (traditional and digital)

- 3.1 Market diagnosis and trends
- 3.2 Setting objectives and goals
- 3.3 Definition of Marketing Strategies
- 3.4 Definition of Marketing Mix Policies
- 3.5 Preparation of Action Programs
- 3.6 marketing budget
- 3.7 Marketing Metrics
- 3.8 Monitoring and contingency plans

4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

- O objetivo de Aprendizagem C1 será desenvolvido no capítulo 1.*
- O objetivo de Aprendizagem AP1 será trabalhado no capítulo 2.*
- O objetivo de Aprendizagem AT1 será trabalhado no capítulo 3.*
- O objetivo de Aprendizagem AT2 é transversal a todos capítulos desta UC, pois trata-se de analisar e/ou construir um Plano de Marketing com os conhecimentos adquiridos até à data.*

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

- The Learning objective K1 will be developed in chapter 1.*
- The Learning objective AP1 will be worked out in chapter 2.*
- The AT1 Learning objective will be worked on in chapter 3.*
- The AT2 Learning objective is transversal to all chapters of this CU, as it is about analyzing and/or building a Marketing Plan with the knowledge acquired to date.*

4.4.7. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico (com indicação do número de estudantes por turma/grupo para as tipologias de horas de contacto relevantes, e com referência aos meios materiais e tecnológicos utilizados em cada tipologia):

Nesta UC, serão realizadas sessões síncronas de tutoria e serão disponibilizados conteúdos assíncronos em todas as etapas, de modo a oferecer o suporte técnico e social necessário aos participantes. Na etapa I, serão realizadas sessões de tutoria síncronas para que os participantes se familiarizam com os conceitos de marketing e de planeamento. Na etapa II, serão realizados fóruns de discussão para socialização. Na III, os participantes vão à descoberta do conhecimento através de vídeo-lições, repositórios de referências e aulas virtuais. Na IV, o participante terá um maior trabalho autónomo com base em apresentações orais, simulações e role-plays. Na V, o participante será avaliado na sua capacidade de aplicação do conhecimento.

1. As atividades de natureza formativa síncrona são:

- Aulas virtuais, onde existe interação síncrona dirigidas pelo moderador através do LMS. Estas sessões são gravadas, permitindo aos participantes assistirem, sempre que desejarem;*
- Sessões de tutoria em grupo, com liderança partilhada entre participantes e e-moderador, que orientam o estudo ou esclarecem dúvidas. Os participantes devem utilizar os seus outputs intermédios de estudo/trabalho para serem alvo de feedback do e-moderador.*

2. As atividades de natureza formativa assíncronas elegidas são:

- Análise de artigos, livros digitais, ou simulações fornecidas para a aquisição ou aprofundamento de um determinado conteúdo;*

4.4.7. Specific teaching methodologies of the curricular unit and their link with the pedagogical model (point out the number of students per class/group to the types of relevant contact hours, with reference to the material and technological facilities used in each typology):

In this CU, synchronous tutoring sessions will be held and asynchronous content will be made available at all stages, in order to offer the necessary technical and social support to the participants. In step I, synchronous tutoring sessions will be held so that participants become familiar with the concepts of marketing and planning. In step II, discussion forums will be held for socialization. In stage III, participants go on to knowledge discovery through video lessons, reference repositories, and virtual classes. In IV, the participant will have a greater autonomous work based on oral presentations, simulations, and role-plays. In step V, the participant will be assessed on their ability to apply knowledge.

1. The activities of a synchronous formative nature are:

- Virtual classes, where there is synchronous interaction guided by the moderator through the LMS. These sessions are recorded, allowing participants to watch whenever they want;*
- Group tutoring sessions, with shared leadership between participants and e-moderator, which guide the study or clarify doubts. Participants should use their intermediate study/work outputs to be the target of feedback from the e-moderator.*

2. The chosen asynchronous training activities are:

- Analysis of articles, digital books, or simulations provided for the acquisition or deepening of certain content;*
- Role Play, simulation, or representation of a real situation, in which students have roles to play, which are generally determined by the teacher. This e-activity must be carried out in a class or virtual laboratory;*
- Virtual Forum, debate on content directly related to the CU, launched by the e-moderator or by the participants. It can be done formally in the LMS or informally in a /WhatsApp/ group. It aims to encourage reflection and communication among students. Scientific content or simply news can be released.*

4.4.8.Avaliação:

O processo de avaliação contempla os seguintes regimes: (i) avaliação contínua ou (ii) avaliação final. Em qualquer destes regimes, o estudante obterá aproveitamento se tiver classificação final igual ou superior a 10 valores. O modelo de avaliação contínua é aquele que decorre ao longo do período de aulas e reflete uma permanente interação entre docente e estudante, convergente com o modelo pedagógico do IPAM para o EaD, pois assume que os métodos de avaliação devem ser valorizados ao longo do processo de ensino e aprendizagem.

No regime de avaliação contínua será valorizada a avaliação formativa que permitirá acompanhar e, se necessário, ajustar o percurso do estudante, e a avaliação sumativa que permitirá avaliar a aquisição dos objetivos da UC.

Assume-se uma assiduidade mínima de 70% nas aulas síncronas, bem como uma interação mínima de 70% com as atividades assíncronas. Este cumprimento será verificado diretamente através das ferramentas analytics do LMS.

A avaliação contínua pressupõe três elementos:

i) Participação, medida em função da sua participação regular e em tempo útil nas atividades propostas no período de aulas, assim como do cumprimento das datas estabelecidas para a realização das atividades. O estudante deverá ter uma classificação mínima de 8 valores, contabilizando 20% da nota final.

ii) Avaliação sumativa intermédia, composta por atividades propostas pelo docente ao longo do período de aulas.

Nestas, o estudante deverá ter uma classificação mínima de 8 valores, contabilizando 40% da nota final. Este elemento será composto por:

ii.a) Fórum virtual, debate sobre conteúdos diretamente relacionados com a UC com o objetivo de fomentar a reflexão e comunicação entre estudantes.

iii) Avaliação sumativa final, composta por atividades propostas pelo docente no decorrer da época de avaliação (após o período de aulas). De forma a garantir a fiabilidade e autoria das respostas será utilizado o LockDown Browser.

Nestas, o estudante deverá ter uma classificação mínima média de 8 valores, contabilizando 40% da nota final. Este elemento será composto por:

iii.a) uma prova escrita e/ou teórica

iii.b) - Apresentação do projeto em vídeo – em grupo do plano de marketing.

Por último, o regime de avaliação final ocorre exclusivamente após o período de aulas e incidirá sobre todos os conteúdos lecionados na UC. De forma a garantir a fiabilidade e autoria das respostas será utilizado o LockDown Browser. Serão admitidos à avaliação final os estudantes que optem por esta opção, bem como aqueles que não tenham obtido aprovação no regime de avaliação contínua. Nestas, o estudante deverá ter uma classificação mínima de 10 valores. Este elemento será composto por:

a) uma prova escrita e/ou teórica.

4.4.8.Assessment:

The evaluation process includes the following regimes: (i) continuous evaluation or (ii) final evaluation. In any of these schemes, the student will be successful if they have a final grade equal to or greater than 10 points. The continuous assessment model is the one that takes place throughout the class period and reflects a permanent interaction between teacher and student, convergent with the pedagogical model of the IPAM for distance education, as it assumes that assessment methods should be valued throughout the teaching and learning process.

In the ongoing assessment system, formative assessment that will allow monitoring and, if necessary, adjusting the student's path, and the summative assessment that will allow evaluating the acquisition of the CU objectives will be valued. A minimum attendance of 70% in synchronous classes is assumed, as well as a minimum interaction of 70% in asynchronous activities. This compliance will be verified directly through the LMS analytics tools.

Continuous assessment presupposes three elements:

i) Participation, measured in terms of regular and timely participation in the activities proposed during the class period, as well as compliance with the dates established for carrying out the activities. The student must have a minimum classification of 8 values, accounting for 20% of the final grade.

ii) Intermediate summative assessment, consisting of activities proposed by the teacher throughout the class period. In these, the student must have a minimum classification of 8 values, accounting for 40% of the final grade. This element will consist of:

ii. a) Virtual forum, debate on contents directly related to the UC to promote reflection and communication among students.

iii) Final summative assessment, consisting of activities proposed by the teacher during the assessment period (after the class period). To guarantee reliability and authoritative answers, the LockDownBrowser will be used. In these, the student must have a minimum average classification of 8 values, accounting for 40% of the final grade. This element will consist of:

iii.a) a written and/or theoretical test

iii.b) - Video presentation of the project – in group marketing plan.

Finally, the final evaluation regime occurs exclusively after the class period and will focus on all content taught in the CU. To guarantee reliability and authoritative answers, the LockDownBrowser will be used. Students who opt for this option will be admitted to the final assessment, as well as those who have not passed the continuous assessment scheme. In these, the student must have a minimum classification of 10 values. This element will consist of:

a) a written and/or theoretical test;

4.4.9.Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

O tempo de trabalho será dedicado ao planeamento de marketing como um meio fundamental para atingir os resultados positivos e tratamento de dados que suportam as estratégias da gestão.

O objetivo C1 será desenvolvido através de uma metodologia de ensino expositiva, que consiste na exposição oral de informações, saberes, ou conteúdos em que o participante tem um papel menos ativo. Contudo, esta exposição será complementada com os outros métodos como: as atividades formativas síncronas de aula virtual e sessão tutorial e as assíncronas de vídeo-lição e leitura de artigo/obra científica/case study.

O objetivo AP1 que consiste em estabelecer relação entre o conhecimento teórico do tema com a utilidade prática da sua construção será desenvolvido através de uma metodologia de ensino demonstrativa, que consiste na forma de transmissão de conhecimentos que utiliza simultaneamente a explicação e a demonstração. O docente promove a execução de um procedimento, tendo por base a demonstração. Neste âmbito, serão utilizadas as atividades formativas assíncronas de role-play e simulações.

Por fim, os objetivos AT1 que pretende Interpretar um plano de marketing operacional e AT2 que pretende construir um plano de marketing operacional de curto prazo, requer que o estudante seja participativo, criativo e autónomo nas suas análises e proposta de soluções, pelo que será estimulada a elaboração de balanced score card ou flowchart desenvolvidos através de uma metodologia de ensino interrogativa que consiste na utilização da questão e da formulação de perguntas que conduzem os estudantes a discernir os conhecimentos e a procurar soluções de acordo com a informação transmitida e profundidade de estudo autónomo de cada estudante. Neste âmbito, serão utilizadas as atividades formativas síncronas de tutoria e sessões assíncronas de fórum virtuais.

4.4.9.Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

Working time will be dedicated to marketing planning as a fundamental mean to achieve positive results and data processing that supports management strategies.

The objective K1 will be developed through an expository teaching methodology, which consists of the oral presentation of information, knowledge, or content in which the participant has a less active role. However, this exhibition will be complemented with other methods such as: synchronous formative activities of virtual class and tutorial session and asynchronous video-lesson and reading of article/scientific work/case study.

The AP1 objective, which is to establish a relationship between the theoretical knowledge of the subject with the practical usefulness of its construction, will be developed through a demonstrative teaching methodology, which consists of a form of knowledge transmission that uses both explanation and demonstration. The teacher promotes the execution of a procedure, based on the demonstration. In this context, asynchronous training activities of role-play and simulations will be used.

Finally, the objectives AT1 that intends to Interpret an operational marketing plan and AT2 that intends to Build a short-term operational marketing plan, requires the student to be participative, creative and autonomous in their analysis and proposal of solutions, which will be stimulated the preparation of balanced score card or flowchart developed through an interrogative teaching methodology that consists of using the question and the formulation of questions that lead students to discern knowledge and seek solutions according to the information transmitted and depth of autonomous study of each student. In this context, synchronous training activities of tutoring and asynchronous sessions of virtual forum will be used.

4.4.10.Bibliografia de consulta/existência obrigatória e outros recursos de aprendizagem específicos para EaD:

Ambrósio, V. (2008). Plano de Marketing: Um roteiro para a ação. Londo: Pearson.

Celeste, P., & Moniz, L. (2015). 52 Métricas de Marketing e Vendas. Lisboa: Sabedoria Alternativa.

). Estratégia de marketing e posicionamento competitivo. London: Pearson.

Kotler, P., & Keller, K. (2013). Administração de Marketing. New Jersey: Prentice Hall.

Kotler, P., Kartajaya, H. & Setiawan, I. (2021).

i, J. (2011). Winning the Zero Moment of Truth, eBook

Mações, M. (2019). Marketing estratégico. Portugal: Publicações Coimbra.

Marques, V. (2018). Marketing Digital 360. Porto: Editora Almedina.

McDonald, M. (2002). Planos de marketing. Rio de Janeiro: Elsevier.

Morgado, A.V. (2019). Marketing B2B. Portugal: Publicações Coimbra.

Nunes, J. C., & Cavique, L. (2001). Plano de Marketing. Publicações DomQuixote.

Reibstein, D. J., Pfeifer, P.E., Farris, P.W., & Bendle, N.T. (2017). Grandes Métricas do Marketing. Lisboa: Editora Atual.

Mapa IV - Gestão de Vendas

4.4.1.1.Designação da unidade curricular:

Gestão de Vendas

4.4.1.1.Title of curricular unit:

Sales Management

4.4.1.2.Sigla da área científica em que se insere:

MP

4.4.1.3.Duração(1):

Semestral

4.4.1.4.Horas de trabalho(2):

150

4.4.1.5.1 Horas de contacto assíncrono a distância(3):*T-28;***4.4.1.5.2 Horas de contacto síncrono a distância(3):***TP-23;***4.4.1.5.3 Horas de contacto presencial(3):***<sem resposta>***4.4.1.6. ECTS:**

6

4.4.1.7. Observações(4):

Esta UC é de aplicação, já a contar com o suporte de UCs anteriores que prepararam os estudantes para a perceção do público, meio envolvente e empresa, e que introduziram o mix de marketing, além de outras, como marketing analytics e estatística que apoiam a análise dos dados. Assim, esta UC, acaba por fechar o ciclo de marketing do CE. Tem a função de cumprir os objetivos C1, C2, C3, AP2, AP3 e AT1 do CE. Respetivamente, 10% das horas de trabalho será para identificar os conceitos e técnicas de gestão de marketing, outros 10% para aplicar os aspetos da gestão das organizações no marketing, 20% para interpretar o contexto económico e financeiro e aplicá-los aos negócios. De seguida 20% passa pelo objetivo de identificar métodos e técnicas de marketing para utilização estratégica, 20% para construir um papel proactivo de gestão e liderança de equipas e, por fim, o objetivo de decidir uma estratégia para impulsionar o crescimento da empresa utilizará 20% das horas de trabalho da UC.

4.4.1.7. Observations:

This CU is of application, already having the support of previous UCs that prepared students for the perception of the public, the environment, and the company, which introduced the marketing mix, as well as others, such as marketing analytics and statistics that support data analysis. Thus, this CU ends up closing the CE's marketing cycle. Its role is to fulfil the CE objectives C1, C2, C3, AP2, AP3, and AT1. Respectively, 10% of working hours will be to identify the concepts and techniques of marketing management, another 10% to apply aspects of managing organizations in marketing, 20% to interpret the economic and financial context and apply them to business. Then 20% goes through the objective of identifying marketing methods and techniques for strategic use, 20% to build a proactive role of management and leadership of teams and, finally, the objective of deciding a strategy to drive the company's growth will use 20 % of CU working hours.

4.4.2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):*Karla Karina de Oliveira Menezes; 23 horas***4.4.3. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:***<sem resposta>***4.4.4. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o ensino a distância (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):**

C1. Identificar as melhores previsões que podem resultar em melhores níveis de serviço, retenção de clientes, redução de custos e redução de desperdícios.

AP1. Realizar previsões em relação aos seus produtos para elaborar um planeamento efetivo tanto a curto como a longo prazo.

AP2. Planear e tomar decisões que permitam uma resposta proativa.

AT1. Perceber a importância do mercado empresarial e do mercado consumidor nas estratégias de vendas;

AT2. Perceber as competências necessárias para uma melhor equipa de vendas.

AT3. Integrar-se à nova cultura do comércio e de negócios do século XXI, identificando conceitos e características que os levem a entender as necessidades e expectativas dos novos consumidores.

4.4.4. Intended learning outcomes and respective compatibility with distance learning (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

K1. Identify the best forecasts that can result in better service levels, customer retention, cost reduction, and waste reduction.

AP1. Carrying out forecasts in relation to products to prepare effective planning for both the short and long term.

AP2. Plan and make decisions to enable a proactive response.

AT1. Understand the importance of the business market and the consumer market in sales strategies;

AT2. Understand the skills needed for a better sales team.

AT3. Be part of the new 21st-century commerce and business culture, identifying concepts and characteristics that lead them to understand the needs and expectations of new consumers.

4.4.5. Conteúdos programáticos:

1. *Introdução às vendas e previsão da procura: conceitos, importância e benefícios.*
2. *Classificação dos horizontes de previsão.*
3. *Sales Funnel.*
4. *Recolha e gestão dos dados.*
5. *Ferramentas de previsão e forecast de vendas.*
6. *Métodos de Previsão de Procura:*
7. *Objetivos de venda e de previsão.*
8. *Vendas, Big Data e geração de valor.*

4.4.5. Syllabus:

1. *Introduction to sales and demand forecasting: concepts, importance, and benefits.*
2. *Classification of forecasting horizons.*
3. *Sales Funnel.*
4. *Data collection and management.*
5. *Forecasting tools and Sales forecasting.*
6. *Demand Forecasting Methods*
7. *Sales and forecasting objectives*
8. *Sales, Big Data and Value Generation*

4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

De acordo com o objetivo C1, o estudante deve identificar as melhores previsões que podem resultar em melhores níveis de serviço, retenção de clientes, redução de custos e redução de desperdícios, sendo isto possível por meios dos conteúdos 1 ao 8. Os objetivos de aptidão AP1 (Realizar previsões em relação aos seus produtos para elaborar um planeamento efetivo tanto a curto como a longo prazo) e AP2 (planear e tomar decisões que permitam uma resposta proactiva), poderão ser cumpridos através dos conteúdos 3 a 7. Os objetivos AT1, AT2 e AT3 podem ser desenvolvidos por meio da transversalidade de todos os conteúdos, com atenção especial ao conteúdo 8 desta unidade curricular.

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

According to objective K1, the student must identify the best forecasts that can result in better service levels, customer retention, cost reduction, and waste reduction, being possible through contents 1 to 8. Aptitude objectives AP1 (making forecasts about your products to elaborate an effective planning for both the short and long term) and AP2 (plan and make decisions to enable a proactive response), can be fulfilled through contents 3 to 7. The AT1, AT2 and AT3 objectives can be developed through the transversality of all contents, with special attention to content 8 of this curricular unit.

4.4.7. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico (com indicação do número de estudantes por turma/grupo para as tipologias de horas de contacto relevantes, e com referência aos meios materiais e tecnológicos utilizados em cada tipologia):

O modelo pedagógico que dá suporte ao CE online é composto, neste contexto, por 5 etapas que esta UC ajuda a cumprir. Assim, a fim de tornar possível este cumprimento, serão utilizadas metodologias ora ativas ora integrativas e formativas. Na etapa I serão utilizadas tutorias e vídeo-aulas. Serão dispostas metodologias que permitam não somente a socialização do estudante, como também, garantam a segurança e os recursos para construir o conhecimento no ensino a distância. Estas metodologias irão ser aplicadas desde a etapa II à IV, por meio de uma postura mais ativa do docente que culmina com o papel de e-moderador em atividades colaborativas e integradoras, como role-play, fóruns de discussão e leituras construtivas de obras científicas. O estudante prepara-se assim para a etapa V, a etapa avaliativa, por meio da construção de um report com elementos que permitam a consolidação do conhecimento adquirido na unidade curricular.

Atividades de natureza formativa síncrona:

- *Lecionação interativa onde serão aplicados os conceitos partilhados nas sessões assíncronas, por meio da metodologia Problem-Based Learning, onde os estudantes serão levados a pensar estrategicamente no encontro da solução de um contexto real.*
- *Discussão da leitura construtiva no sentido de progressão da aprendizagem.*
- *TBL: aprendizagem por equipa, na discussão de artigos científicos mais recentes sobre Gestão de Vendas.*
- *Planeamento do trabalho individual/grupo, sob orientação do docente, de modo que o estudante aprenda pela prática.*

Atividades de natureza formativa assíncrona:

- *Lição Estúdio, utilizado para a introdução da UC.*
- *Aulas previamente gravadas em vídeo com exposições curtas acerca dos eixos temáticos da UC, além de demonstrações teóricas, apresentação de experiências e estudos de caso.*
- *Fóruns de discussão: para fomentar o conhecimento partilhado e colaborativo, por meio de ferramentas com este fim.*

4.4.7. Specific teaching methodologies of the curricular unit and their link with the pedagogical model (point out the number of students per class/group to the types of relevant contact hours, with reference to the material and technological facilities used in each typology):

The pedagogical model that supports the CE online comprises, in this context, 5 steps that this CU helps to fulfill. Thus, to make this fulfillment possible, methodologies will be used, sometimes active, sometimes integrative, and formative. In step I, tutorials and video lessons will be used. Methodologies will be available that not only allow the

student's socialization but also guarantee the security and the resources to build knowledge in a distance education. These methodologies will be applied from stage II to IV, through a more active posture of the teacher which culminates in the role of e-moderator in collaborative and integrative activities, such as role-play, discussion forums, constructive readings of scientific works. The student thus prepares for stage V, the evaluative stage, through the construction of a report with elements that allow the consolidation of the knowledge acquired in the CU.

Activities of a synchronous formative nature:

- *Interactive teaching where the concepts shared in asynchronous sessions will be applied, through the Problem-Based-Learning methodology, where students will be led to think strategically in finding the solution to a real context.*
- *Discussion of constructive reading in the sense of learning progression.*
- *TBL: team learning, in the discussion of the most recent scientific articles on sales management.*
- *Planning the individual/group work, under the guidance of the teacher, so that the student learns through practice.*

Asynchronous formative activities:

- *Studio Lesson, used for the introduction of CU.*
- *Classes previously recorded on video with short expositions on the thematic axes of the CU, in addition to theoretical demonstrations, presentation of experiences, and case studies.*
- *Discussion forums: to encourage shared and collaborative knowledge, using tools for this purpose.*

4.4.8.Avaliação:

O processo de avaliação contempla os seguintes regimes: (i) avaliação contínua ou (ii) avaliação final. Em qualquer destes, o estudante obterá aproveitamento se tiver classificação final igual ou superior a 10 valores. O modelo de avaliação contínua é aquele que decorre ao longo do período de aulas e reflete uma permanente interação entre docente e estudante, convergente com o modelo pedagógico do IPAM para o EaD, pois assume que os métodos de avaliação devem ser valorizados ao longo do processo de ensino e aprendizagem.

No regime de avaliação contínua será valorizada a avaliação formativa que permitirá acompanhar e, se necessário, ajustar o percurso do estudante, e a avaliação sumativa que permitirá avaliar a aquisição dos objetivos da UC.

Assume-se uma assiduidade mínima de 70% nas aulas síncronas, bem como uma interação mínima de 70% com as atividades assíncronas. Este cumprimento será verificado diretamente através das ferramentas analytics do LMS.

A avaliação contínua pressupõe três elementos:

i) Participação, medida em função da regularidade e tempo útil nas atividades propostas no período de aulas, assim como do cumprimento das datas estabelecidas para a realização das atividades. O estudante deverá ter uma classificação mínima de 8 valores, contabilizando 20% da nota final.

ii) Avaliação sumativa intermédia, por atividades propostas pelo docente ao longo do período de aulas. Nestas, o estudante deverá ter uma classificação mínima de 8 valores, contabilizando 40% da nota final. Este elemento será composto por:

ii.a) Quiz individual, no LMS, com questões que permitam aplicar o conhecimento adquirido na sua análise e resolução, de forma analítica, relacionando factos e/ou possíveis soluções com conceitos fundamentais da UC.

iii) Avaliação sumativa final, composta por atividades propostas pelo docente no decorrer da época de avaliação (após o período de aulas). De forma a garantir a fiabilidade e autoria das respostas será utilizado o LockDown Browser. Nestas, o estudante deverá ter uma classificação média mínima de 8 valores, contabilizando 40% da nota final. Este elemento será composto por:

iii.a) uma prova escrita e/ou teórica

iii.b) Relatório em grupo, onde os estudantes aplicam os conhecimentos apreendidos no âmbito da UC, por meio da construção de um cenário de previsão da procura, que tem por base contextos reais fornecidos por empresas parceiras.

Por fim, o regime de avaliação final ocorre após o período de aulas e incidirá sobre todos os conteúdos lecionados na UC. De forma a garantir a fiabilidade e autoria das respostas será utilizado o LockDown Browser. Serão admitidos à avaliação final os estudantes que optem por esta opção, bem como os que não obtiverem aprovação na avaliação contínua. Nestas, o estudante deverá ter uma classificação mínima de 10 valores. Este elemento será composto por:

a) uma prova escrita e/ou teórica.

4.4.8.Assessment:

The evaluation process includes the following regimes:(i) continuous evaluation or (ii) final evaluation. In any of these schemes, the student will be successful if they have a final grade equal to or greater than 10 points.The continuous assessment model is the one that takes place throughout the class period and reflects a permanent interaction between teacher and student, convergent with the pedagogical model of the IPAM for distance education, as it assumes that assessment methods should be valued throughout the teaching and learning process.

In the ongoing assessment system, formative assessment that will allow monitoring and, if necessary, adjusting the student's path, and the summative assessment that will allow evaluating the acquisition of the CU objectives will be valued.A minimum attendance of 70% in synchronous classes is assumed, as well as a minimum interaction of 70% in asynchronous activities.This compliance will be verified directly through the LMS analytics tools.

Continuous assessment presupposes three elements:

i) Participation,measured in terms of regular and timely participation in the activities proposed during the class period, as well as compliance with the dates established for carrying out the activities. The student must have a minimum classification of 8 values, accounting for 20% of the final grade.

ii) Intermediate summative assessment, consisting of activities proposed by the teacher throughout the class period. In these, the student must have a minimum classification of 8 values, accounting for 40% of the final grade. This element will consist of:

ii.a)Individual quiz, in the LMS, with questions that allow you to apply the knowledge acquired in its analysis and resolution, analytically, relating facts and/or possible solutions with fundamental concepts of the CU.iii)Final

summative assessment, consisting of activities proposed by the teacher during the assessment period (after the class period). To guarantee reliability and authoritative answers, the LockDownBrowser will be used. In these, the student must have a minimum average classification of 8 values, accounting for 40% of the final grade. This element will

consist of:iii.a)a written and/or theoretical test, to validate the knowledge acquired by the students and certify competencies .

iii.b)Group report, where students apply the knowledge learned within the UC, through the construction of a demand forecast scenario, which is based on real contexts provided by partner companies.Finally, the final evaluation regime takes place after the class period and will focus on all content taught in the CU. To guarantee reliability and authoritative answers,the LockDownBrowser will be used. Students who opt for this option will be admitted to the final assessment, as well as those who do not pass the continuous assessment. In these,the student must have a minimum classification of 10 values. This element will consist of:

a)a written and/or theoretical test

4.4.9.Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

O objetivo C1 de identificar as melhores previsões que podem resultar em melhores níveis de serviço, retenção de clientes, redução de custos e redução de desperdícios terá a metodologia expositiva como base, visto tratar-se da construção de conceitos importantes para toda a UC.

Os objetivos de aptidão AP1, de realizar previsões em relação aos seus produtos para elaborar um planeamento efetivo tanto a curto como a longo prazo e, AP2, de planear e tomar decisões que permitam uma resposta proactiva, serão desenvolvidos numa ótica mais voltada à execução de tarefas, por meio de e-atividades que propiciem a demonstração em momentos síncronos e assíncronos, como fóruns virtuais para fomentar brainstormings de soluções a determinados contextos apresentados pelo docente. Ainda interview-based learning, onde um convidado, gestor de marketing de uma empresa real, irá responder a questões dos alunos num momento síncrono. Estas questões serão construídas por meio da utilização de ferramentas colaborativas assíncronas, permitindo que os alunos entrem em contacto na construção da e-atividade.

Por fim, os objetivos de atitude, mais relacionados ao saber em si e ao como agir frente a determinados contextos e fenómenos, serão desenvolvidos por meio de estudos de caso e dialogação crítica, onde o estudante assume um papel ativo, seja na pesquisa teórica e na leitura de materiais disponibilizados pelo docente ou na procura dos próprios materiais de estudo, sempre em partilha e colaboração com outros estudantes. Assim, serão desenvolvidos os objetivos AT1, que tem o propósito de perceber a importância do mercado empresarial e do mercado consumidor nas estratégias de vendas, o AT2, que pretende perceber as competências necessárias para uma melhor equipa de vendas e, o AT3, que visa a integração à nova cultura do comércio e de negócios do século XXI, identificando conceitos e características que os levem a entender as necessidades e expectativas dos novos consumidores.

4.4.9.Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

The K1 objective of identifying the best forecasts that can result in better service levels, customer retention, cost reduction, and waste reduction will have the expository methodology as a basis since it is the construction of important concepts for the entire CU.

AP1 aptitude objectives, to make predictions in relation to its products to prepare an effective planning for both the short and long term and, AP2, to plan and make decisions that allow a proactive response, will be developed in a perspective more focused on the execution of tasks, through e-activities that provide a demonstration in synchronous and asynchronous moments, such as virtual forums to encourage brainstorming of solutions to certain contexts presented by the teacher. Still, interview-based learning, where a guest, a marketing manager from a real company, will answer students' questions in a synchronous moment. These questions will be built through the use of asynchronous collaborative tools, allowing students to get in contact in the construction of the e-activity.

Finally, the attitudinal objectives, more related to the knowing itself and how to act in certain contexts and phenomena, will be developed through case studies and critical dialogue, where the student plays an active role, whether in theoretical and reading materials provided by the teacher or searching for their own study materials, always in sharing and collaboration with other students. Thus, the AT1 objectives will be developed, which aim to understand the importance of the business market and the consumer market in sales strategies, AT2, which pretends to realize the necessary skills for a better sales team and, AT3, which aims the integration into the new culture 21st-century commerce and business, identifying concepts and characteristics that lead them to understand the needs and expectations of new consumers.

4.4.10.Bibliografia de consulta/existência obrigatória e outros recursos de aprendizagem específicos para EaD:

Freire, A. (2020). Estratégia: criação de valor sustentável em negócios tradicionais e digitais. Porto: Bertrand Editora.

Futrell, C. M. (2006). Fundamentals of Selling: Customers for life through service. New York: Mcgraw-Hill.

Box, G; Jenkins,G; Reinsel, G., & Ljung, G. (2015). Time Series Analysis: Forecasting and Control. New Jersey: Wiley.

Gitomer, J. (2019). O Livro Vermelho das Vendas. Lisboa: Edições 1117.

Boylan, J., & Syntetos, A. (2021). Intermittent Demand Forecasting: Context, Methods and Applications. New Jersey: Wiley.

Kim, W. C., & Maugborne, R. (2018). A Mudança Oceano Azul: para além da competição. Lisboa: Actual.

Nikolopoulos, K. I., & Thomakos, D. D. (2019). Forecasting with the Theta method: theory and applications. New Jersey: John Wiley.

Peppers, D., & Rogers, M. (2000). One to One B2B: Estratégias de desenvolvimento de clientes para o mundo Business-to-Business. Rio de Janeiro: Campus.

Russell, B. (2020). Traffic Secrets. CaliforniaHay House Inc.

Mapa IV - Estudos de Mercado

4.4.1.1.Designação da unidade curricular:

Estudos de Mercado

4.4.1.1. Title of curricular unit:*Market Research***4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:***MP***4.4.1.3. Duração(1):***Semestral***4.4.1.4. Horas de trabalho(2):***150***4.4.1.5.1 Horas de contacto assíncrono a distância(3):***T-28;***4.4.1.5.2 Horas de contacto síncrono a distância(3):***TP-23;***4.4.1.5.3 Horas de contacto presencial(3):***<sem resposta>***4.4.1.6. ECTS:***6***4.4.1.7. Observações(4):***Esta UC tem como propósito cumprir os objetivos específicos do CE (C1, AP1, AT1, AT2).**Concretamente, cerca de 20% do tempo de trabalho da UC será dedicado a identificar os conceitos, práticas e técnicas de gestão de marketing (C1). 30% do tempo de trabalho da UC será dedicado à demonstração de competências analíticas para uma melhor tomada de decisão (AP1). Outros 30% para decidir uma estratégia para impulsionar o crescimento da empresa (AT1) e, por fim, 20% serão dedicados a desenvolver valor organizacional com qualidade, rigor científico e ética (AT2).**Por meio de uma introdução ao estudo de mercado como ferramenta de apoio à tomada de decisão em gestão, esta UC é de aplicação e aborda desde a pesquisa qualitativa exploratória ao desenvolvimento de estudos de mercado quantitativos, incluindo métodos experimentais para testar produtos, serviços e publicidade. A UC permite que o processo de estudo de mercado seja compreendido e aplicado.***4.4.1.7. Observations:***This UC aims to fulfill the specific objectives of the SC (K1, AP1, AT1, AT2).**Specifically, around 20% of the CU's working time will be dedicated to identifying the concepts, practices, and techniques of marketing management (K1). 30% of CU's working time will be dedicated to demonstrating analytical skills for a better decision making (AP1). Another 30% will be used to decide a strategy to drive the company's growth (AT1) and, finally, 20% will be dedicated to develop organizational value with quality, scientific rigor, and ethics (AT2). Through an introduction to market research as a tool to support decision-making in management, it is an application CU and addresses from exploratory qualitative research to the development of quantitative market studies, including experimental methods to test products, services, and advertising. The CU allows that the market research process can be understood and applied.***4.4.2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):***Mafalda Luísa de Castro Ferreira; 23 horas***4.4.3. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:***<sem resposta>***4.4.4. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o ensino a distância (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):***C1. Avaliar as tarefas e conceitos associados a um estudo de mercado**C2. Descrever e organizar um estudo de mercado**AP1. Utilizar fontes de dados primárias e secundárias**AT1. Preparar dados para análise**AT2. Analisar dados através de métodos estatísticos univariados e multivariados, com recurso ao programa IBM SPSS e dados qualitativos através de análise de conteúdo.***4.4.4. Intended learning outcomes and respective compatibility with distance learning (knowledge, skills and competences**

to be developed by the students):*K1. Evaluate the tasks and concepts associated with a market study**K2. Describe and organize a market study**AP1. Use primary and secondary data sources**AT1. Prepare data for analysis**AT2 . Analyze data through univariate and multivariate statistical methods, using the IBM SPSS program and qualitative data through content analysis.***4.4.5.Conteúdos programáticos:***1. Os estudos quantitativos e qualitativos**1.1. Os estudos de mercado quantitativos**1.2. Os estudos de mercado qualitativos**2. Planeamento e definição dos estudos**2.1. O início da pesquisa: o estabelecimento da relação com o cliente**2.1.1 Briefing inicial**2.1.2 Confirmação do projecto e termos do contrato**2.2. A definição do problema de pesquisa**2.3. A abordagem ao problema**2.4. O projeto de pesquisa**2.5. O trabalho de campo**2.5.1. Técnicas de pesquisa quantitativa:**- Inquérito**2.5.2. Técnicas de pesquisa qualitativas:**- Entrevista,**- Observação,**- Técnicas projectivas,**- Focus group**2.6. Preparação e análise de dados**- Tipos de análise**3. Apresentação dos resultados dos estudos**3.1 Elaboração do Relatório**3.2. A apresentação oral da pesquisa**3.3 O acompanhamento da pesquisa**4. Os Estudos de Mercado no digital**4.1. NewMR**4.2. Blogs Participativos e Buzz Mining**4.3. Comunidades de investigação online**4.4. Mercados preditivos***4.4.5.Syllabus:***1. The quantitative and qualitative studies**1.1. The quantitative market researches**1.2. The qualitative market researches**2. Planning and Definition of studies**2.1. The beginning of the company: creating a relation with the client**2.1.1 Initial Briefing**2.1.2 Confirmation of project and contract terms**2.2. The definition of the research problem**2.3. The approach to the problem**2.4. The research project**2.5. The field work:**2.5.1 Techniques of quantitative research:**- Survey**2.5.2. Techniques of qualitative research:**- Interview,**- Observation,**- Projective Techniques,**- Focus group**2.6. Treatment and data analysis**- Types of Analysis**3. Presentation of study results**3.1 Preparation of the Report**3.2. The oral presentation of the research**3.3 The monitoring of the research**4. Market Research in digital**4.1. NewMR*

4.2. Participative Blogs and Buzz Mining

4.3. Online research communities

4.4. Predictive Markets

4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

O objetivo do Conhecimento C1 será trabalhado através dos 3 capítulos que compõem os conteúdos programáticos. Por se tratar de uma UC que visa sensibilizar para a importância dos estudos de mercado, este objetivo será trabalhado em toda a UC.

O objetivo do Conhecimento C2 será trabalhado ao longo do capítulo 2, onde será possível aprender a organizar um estudo de mercado, uma vez que o objetivo desta UC é fornecer aos alunos conhecimentos, técnicas e ferramentas para acompanhar o mercado, através da análise de estudos.

Os objetivos de aprendizagem AP1, AT1 e AT2 serão trabalhados ao longo dos capítulos 3 e 4. Neste capítulo, recolha, preparação, análise e apresentação de dados, será possível utilizar fontes primárias e secundárias, preparar dados para análise e, por fim, analisar os dados por meio de métodos estatísticos univariados e multivariados.

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The Knowledge K1 objective will be worked through the 3 chapters that make up the syllabus. Considering that it is a CU that aims to raise awareness of the importance of market studies, this objective will be worked throughout the CU. The objective of Knowledge K2 will be worked on throughout chapters 2, where it will be possible to learn how to organize a market study. Since the objective of this CU is to provide students with knowledge, techniques and tools to monitor the market, through the analysis of studies.

Learning objectives AP1, AT1 and AT2 will be worked on throughout chapters 3 and 4. In this chapter, data collection, preparation, analysis and presentation, it will be possible to achieve the use of primary and secondary sources, prepare data for analysis and finally, analyze data through univariate and multivariate statistical methods.

4.4.7. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico (com indicação do número de estudantes por turma/grupo para as tipologias de horas de contacto relevantes, e com referência aos meios materiais e tecnológicos utilizados em cada tipologia):

Esta UC instiga a importância da recolha de informação e a sua análise e estimula os alunos a compreender a estrutura de uma investigação, o desenho de um estudo e as suas diferentes etapas. Da etapa I à etapa IV do modelo pedagógico será promovida a interatividade entre os participantes, através da disponibilização de fóruns e debates, numa fase inicial com maior participação do e-moderador. A etapa V será cumprida através de uma tarefa de avaliação em pequenos grupos. Na etapa I, as sessões de tutoria síncronas irão permitir que os estudantes compreendam os conceitos. As aulas teórico-práticas síncronas são realizadas com recurso à aula digital. A etapa II pretende aumentar o contacto entre alunos e desenvolver a componente social que contará com aulas assíncronas e animações que introduzam elementos visuais para apoiar a compreensão e a memorização dos conteúdos; Screencast Powerpoint: apresentação de slides é gravada em vídeo, com a narração áudio por parte do docente, além de Screencast onde o docente faz demonstração da aplicação SPSS na análise dos dados quantitativos obtidos a partir do trabalho de campo. A fase III procura aumentar o conhecimento dos alunos sobre estudos de mercado e dessa forma será dado um ênfase particular à componente teórico-prática. De forma assíncrona, as sessões virtuais trarão demonstrações teóricas e resolução de exercícios sobre as temáticas como a formulação do desenho do estudo de mercado e do instrumento para a recolha de dados. Outras atividades formativas serão desenvolvidas como infografia, onde os conteúdos são apresentados por meio de elementos multimédia, conjugados para apresentar conteúdos complexos como as técnicas de análise de dados de mercado, para que o estudante compreenda as suas interligações. Na fase IV, a mais autónoma segundo o modelo pedagógico, os estudantes construirão um relatório com as análises preliminares do estudo de mercado a partir de diferentes técnicas.

4.4.7. Specific teaching methodologies of the curricular unit and their link with the pedagogical model (point out the number of students per class/group to the types of relevant contact hours, with reference to the material and technological facilities used in each typology):

This CU instigates the importance of collecting information and analyzing it and encourages students to understand the structure of an investigation, the design of a study, and its different stages. From stage, I to stage IV of the pedagogical model, interactivity among participants will be promoted, through the provision of forums and debates, at an initial stage with greater participation by the e-moderator. Step V will be accomplished through a small group assessment task. In step I, there will be synchronous tutoring sessions so that students understand the concepts. Synchronous theoretical-practical classes are carried out using a digital class. Stage II aims to increase contact between students and develop the social component will feature asynchronous classes and animations that introduce visual elements to support the understanding and memorization of content; Screencast Powerpoint: slideshow is recorded on video, with audio narration by the teacher, in addition to a Screencast where the teacher demonstrates the SPSS application in the analysis of quantitative data obtained from the fieldwork. Phase III seeks to increase students' knowledge of market studies and, in this way, particular emphasis will be given to the theoretical-practical component. Asynchronously, the virtual sessions will bring theoretical demonstrations and exercise resolution on topics such as the formulation of the market study design and the instrument for data collection. Other training activities will be developed such as infographics, where the contents are presented through multimedia elements, combined to present complex contents such as market data analysis techniques so that the student understands its interconnections; Forums: allows an informed discussion of the theory under debate at the teacher's request, based on news circulating in the media or other content, such as the relationship of the problem and the most appropriate market study design, which may instigate the application of acquired knowledge to concrete situations. In phase IV, which is more autonomous, according to the pedagogical model, students will build a report with the preliminary analyzes of the market study using different techniques

4.4.8.Avaliação:

O processo de avaliação contempla os seguintes regimes: (i) avaliação contínua ou (ii) avaliação final. Em qualquer destes regimes, o estudante obterá aproveitamento se tiver classificação final igual ou superior a 10 valores. O modelo de avaliação contínua é aquele que decorre ao longo do período de aulas e reflete uma permanente interação entre docente e estudante, convergente com o modelo pedagógico do IPAM para o EaD, pois assume que os métodos de avaliação devem ser valorizados ao longo do processo de ensino e aprendizagem.

No regime de avaliação contínua será valorizada a avaliação formativa que permitirá acompanhar e, se necessário, ajustar o percurso do estudante, e a avaliação sumativa que permitirá avaliar a aquisição dos objetivos da UC.

Assume-se uma assiduidade mínima de 70% nas aulas síncronas, bem como uma interação mínima de 70% com as atividades assíncronas. Este cumprimento será verificado diretamente através das ferramentas analytics do LMS.

A avaliação contínua pressupõe três elementos:

i) Participação, medida em função da sua participação regular e em tempo útil nas atividades propostas no período de aulas, assim como do cumprimento das datas estabelecidas para a realização das atividades. O estudante deverá ter uma classificação mínima de 8 valores, contabilizando 20% da nota final.

ii) Avaliação sumativa intermédia, composta por atividades propostas pelo docente ao longo do período de aulas.

Nestas, o estudante deverá ter uma classificação mínima de 8 valores, contabilizando 40% da nota final. Este elemento será composto por:

ii.a) Fórum: permite a discussão informada sobre a teoria em debate a pedido do docente, com base em notícias que circulem nos media ou outros conteúdos, como por exemplo sobre a relação do problema e o desenho de estudo de mercado mais adequado, que possam instigar a aplicação do conhecimento adquirido a situações concretas.

iii) Avaliação sumativa final, composta por atividades propostas pelo docente no decorrer da época de avaliação (após o período de aulas). De forma a garantir a fiabilidade e autoria das respostas será utilizado o LockDown Browser.

Nestas, o estudante deverá ter uma classificação mínima média de 8 valores, contabilizando 40% da nota final. Este elemento será composto por:

iii.a) uma prova escrita e/ou teórica

iii.b) Projeto final em grupo, de forma a realizar um estudo de mercado, com peso na classificação final da UC.

Por fim, o regime de avaliação final ocorre após o período de aulas e incidirá sobre todos os conteúdos lecionados na UC. De forma a garantir a fiabilidade e autoria das respostas será utilizado o LockDown Browser. Serão admitidos à avaliação final os estudantes que optem por esta opção, bem como os que não obtiverem aprovação na avaliação contínua. Nestas, o estudante deverá ter uma classificação mínima de 10 valores. Este elemento será composto por:

a) uma prova escrita e/ou teórica.

4.4.8.Assessment:

The evaluation process includes the following regimes: (i) continuous evaluation or (ii) final evaluation. In any of these schemes, the student will be successful if they have a final grade equal to or greater than 10 points. The continuous assessment model is the one that takes place throughout the class period and reflects a permanent interaction between teacher and student, convergent with the pedagogical model of the IPAM for distance education, as it assumes that assessment methods should be valued throughout the teaching and learning process.

In the ongoing assessment system, formative assessment that will allow monitoring and, if necessary, adjusting the student's path, and the summative assessment that will allow evaluating the acquisition of the CU objectives will be valued. A minimum attendance of 70% in synchronous classes is assumed, as well as a minimum interaction of 70% in asynchronous activities. This compliance will be verified directly through the LMS analytics tools.

Continuous assessment presupposes three elements:

i) Participation, measured in terms of regular and timely participation in the activities proposed during the class period, as well as compliance with the dates established for carrying out the activities. The student must have a minimum classification of 8 values, accounting for 20% of the final grade.

ii) Intermediate summative assessment, consisting of activities proposed by the teacher throughout the class period. In these, the student must have a minimum classification of 8 values, accounting for 40% of the final grade. This element will consist of:

ii. a) Forum: allows for an informed discussion of the theory under debate at the teacher's request, based on news circulating in the media or other content, such as the relationship of the problem and the most appropriate market study design, that can instigate the application of acquired knowledge to concrete situations.

iii) Final summative assessment, consisting of activities proposed by the teacher during the assessment period (after the class period). To guarantee reliability and authoritative answers, the LockDownBrowser will be used. In these, the student must have a average minimum classification of 8 values, accounting for 40% of the final grade. This element will consist of:

iii. a) a written and/or theoretical test.

iii.b) Final group project, in order to carry out a market study, with weight in the final classification of the CU.

Finally, the final evaluation regime takes place after the class period and will focus on all content taught in the CU. To guarantee reliability and authoritative answers, the LockDownBrowser will be used. Students who opt for this option will be admitted to the final assessment, as well as those who do not pass the continuous assessment. In these, the student must have a minimum classification of 10 values. This element will consist of:

a) a written and/or theoretical test

4.4.9.Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

O objetivo C1. (Avaliar as tarefas e conceitos associados a um estudo de mercado) e o objetivo C2 (Descrever e organizar um estudo de mercado) serão atingidos através de uma metodologia de ensino expositiva que consiste na transmissão oral de informações, saber ou conteúdos em que o estudante tem um papel passivo. É um método indispensável no processo de ensino-aprendizagem, contudo, deve ser complementado com os outros métodos. Neste âmbito, serão utilizadas as atividades formativas síncronas de aula virtual e sessões de tutorias e as assíncronas de vídeo-lição, podcast e leitura de artigo/obra científica/case study.

O objetivo AP1 consiste em capacitar os alunos com informação para gerir as especificidades dos estudos de mercado, neste caso específico, serão desenvolvidos através de uma metodologia de ensino demonstrativa, que consiste na forma de transmissão de conhecimentos que utiliza simultaneamente a explicação e a demonstração. O docente promove a execução de um procedimento, nomeadamente mostrar as diferenças entre fontes de dados primárias e secundárias, tendo por base a demonstração. Assim, e enquanto apoio, serão utilizadas as atividades formativas assíncronas de vídeo-screencast, podcast e simulações.

Os objetivos AT1 e AT2 compreendem a preparação dos dados para análise em todas as suas dimensões e a sua análise através de métodos estatísticos. Aqui, será utilizada uma metodologia de ensino interrogativa que consiste na utilização da questão e da formulação de perguntas que conduzem os estudantes a discernir os conhecimentos e a procurar soluções de acordo com a informação transmitida e profundidade de estudo autónomo de cada estudante. Neste âmbito, serão utilizadas as atividades formativas síncronas de tutoria e sessões assíncronas de fórum virtual.

4.4.9.Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

Objective K1. (To assess the tasks and concepts associated with a market study) and objective K2 (Describe and organize a market study) will be achieved through an expository teaching methodology consisting in the oral transmission of information, knowledge or content in which the student has a passive role. It is an indispensable method in the teaching-learning process, however, it must be complemented with the other methods. In this context, synchronous formative activities of virtual classes and tutorial sessions and asynchronous video-lesson, podcast and reading of article/scientific work/case study will be used.

The objective of AP1 is to provide students with information to manage the specificities of market studies, in this particular case, it will be developed through a demonstrative teaching methodology, which consists of a form of knowledge transmission that uses both explanation and demonstration. The teacher promotes the execution of a procedure, namely showing the differences between primary and secondary data sources, based on the demonstration. Thus and as support, asynchronous training activities of video-screencast, simulations and podcast will be used.

The objectives AT1 and AT2 comprise the preparation of data for analysis in all its dimensions and its analysis using statistical methods. Here, an interrogative teaching methodology will be used, which consists of using the question and the formulation of questions that lead students to discern knowledge and seek solutions according to the information transmitted and the depth of autonomous study of each student. In this context, synchronous training activities of tutoring and asynchronous sessions of a virtual forum will be used.

4.4.10.Bibliografia de consulta/existência obrigatória e outros recursos de aprendizagem específicos para EaD:

Malhotra, N.K. (2018). Marketing Research: An Applied Orientation. (6th ed.). London: Pearson.
Malhotra, N. K. (2001). Pesquisa de Mercado: Uma Orientação Aplicada. Porto Alegre: Bookman
Malhotra, N. K. (2001). Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada (3rd ed.). Porto Alegre: Bookman
Malhotra, N. K. (2005). Introdução à Pesquisa de Marketing. São Paulo: Pearson
Marôco, J. (2018). Análise Estatística com o SPSS Statistics (7th ed.). Pêro Pinheiro: ReportNumber
McDaniel, C., & Gates, R. (2008). Marketing Research Essentials. New Jersey: Wiley
Oliveira, J. (2012). Marketing Research - Volume I: Investigação em Marketing. Lisboa: Edições Sílabo
Oliveira, J. (2014). Marketing Research - Volume II: Análises Multivariadas e Técnicas Especializadas. Lisboa: Edições Sílabo
Panayiota J. Alevizou eJ. Oates (2017). Conducting Focus Groups For Business And Management Students, Sage Publications
Wilson, A.M. (2003). Marketing Research: An Integrated Approach. London: Pearson Education

Mapa IV - Empreendedorismo Digital

4.4.1.1.Designação da unidade curricular:

Empreendedorismo Digital

4.4.1.1.Title of curricular unit:

Digital Entrepreneurship

4.4.1.2.Sigla da área científica em que se insere:

CEmp

4.4.1.3.Duração(1):

Semestral

4.4.1.4.Horas de trabalho(2):

150

4.4.1.5.1Horas de contacto assíncrono a distância(3):

T-28;

4.4.1.5.2 Horas de contacto síncrono a distância(3):*TP-23;***4.4.1.5.3 Horas de contacto presencial(3):***<sem resposta>***4.4.1.6. ECTS:**

6

4.4.1.7. Observações(4):

Esta UC parte da transmissão de conhecimentos base para a conceção articulada e metódica de planos de negócio, a partir do aprofundamento de ferramentas e técnicas que promovem o espírito empreendedor e a capacidade para identificar e avaliar oportunidades de negócio, em contextos de globalização e digitalização. Assim, os objetivos C1 e C2 tratam respetivamente de identificar os conceitos, práticas e técnicas de gestão de marketing e aplicar os aspetos da gestão de organizações no marketing e serão trabalhados em 20% e 30% da carga horária, nesta ordem. 30% do tempo de trabalho será dedicado a demonstrar competências analíticas para uma melhor tomada de decisão (AP1) e os restantes 20% divididos entre decidir uma estratégia para impulsionar o crescimento da empresa (AT1) e desenvolver valor organizacional com qualidade, rigor científico e ética (AT2). É uma UC de tipologia soft-skills que contribuirá para o desenvolvimento de competências que serão necessárias em todo o CE.

4.4.1.7. Observations:

This CU starts from the transmission of basic knowledge for the articulated and methodical design of business plans, from the deepening of tools and techniques that promote the entrepreneurial spirit and the ability to identify and assess business opportunities in contexts of globalization and digitalization. Thus, objectives C1 and C2 respectively deal with identifying the concepts, practices, and techniques of marketing management and applying the aspects of managing organizations in marketing and will be worked in 20% and 30% of the workload, in that order. 30% of the working time will be dedicated to demonstrating analytical skills for better decision making (AP1) and the remaining 20% will be split between deciding a strategy to drive the company's growth (AT1) and developing organizational value with quality, scientific rigor, and ethics (AT2). It is a soft-skills UC that will contribute to the development of skills that will be necessary throughout the CE.

4.4.2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):*Daniel Filipe Cortês Pereira e Sá; 23 horas***4.4.3. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:***<sem resposta>***4.4.4. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o ensino a distância (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):**

*C1. Analisar e compreender a importância da inovação e do empreendedorismo no contexto da economia digital;
C2. Compreender as diferentes ferramentas e técnicas para a conceção de modelos de negócios e de plano de negócios na economia digital;
Ap1. Interpretar as oportunidades de mercado e propor medidas para minimizar os constrangimentos inerentes;
Ap2. Conceber um modelo de negócio com uma proposta de valor efetiva com vista a satisfazer necessidades de mercado no contexto digital;
Ap3. Conceber e produzir um plano de negócios sintético a partir de uma ideia inovadora e direcionada ao mercado na economia digital;
At1. Ser assertivo na produção de um plano de negócios.*

4.4.4. Intended learning outcomes and respective compatibility with distance learning (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

*K1. Analyze and understand the importance of innovation and entrepreneurship in the context of the digital economy;
K2. Understand the different tools and techniques for designing business models and business plans in the digital economy;
Ap1. Interpret market opportunities and propose measures to minimize inherent constraints;
Ap2. Design a business model with an effective value proposal in order to satisfy market needs in the digital context;
Ap3. Design and produce a synthetic business plan based on an innovative and market-driven idea in the digital economy;
At1. Be assertive in producing a business plan.*

4.4.5. Conteúdos programáticos:*1 Apresentação. Objetivos, conteúdos Programáticos, sistema de Avaliação.**2 Empreendedorismo, Inovação, Economia Digital e Design Empresarial Inovador.**3 Análise de Mercado para produtos/serviços novos e/ou inovadores na economia digital.*

- 4 Desenho de Modelo de Negócios para a economia digital;
- 4.1 Business Model Canvas no contexto digital.
- 4.2 Proposta de valor de base tecnológica e segmentos de clientes.
- 4.3 Parceiros, canais de distribuição, relacionamento com clientes.
- 4.4 Projeção de fluxos de receita.
- 4.5 Atividades chave, recursos chave, projeção de custos.

- 5. Plano de Negócios para a economia digital;
- 5.2 Descrição e apresentação de produto/serviço de base tecnológica/digital.
- 5.3 Descrição do modelo de negócio e elementos de criação de valor.
- 5.4. Análise de mercado e concorrência.
- 5.5. Estratégia comercial e de marketing.
- 5.6. Projeções financeiras.
- 5.7. Planeamento temporal.

- 6. Apresentação do plano de negócios para um produto/serviço de base tecnológica/digital.

4.4.5.Syllabus:

1. Presentation. Objectives, Syllabus, Assessment system.
2. Entrepreneurship, Innovation, Digital Economy, and Innovative Business Design.
3. Market Analysis for new and/or innovative products/services in the digital economy.
4. Business Model Design for the digital economy;
 - 4.1. Business Model Canvas in the digital context.
 - 4.2. Technology-based value proposal and customer segments.
 - 4.3. Partners, distribution channels, customer relationships.
 - 4.4. Projection of revenue streams.
 - 4.5. Key activities, key resources, cost projection.
5. Business Plan for the digital economy;
 - 5.2. Description and presentation of technology/digital based product/service.
 - 5.3. Description of the business model and value creation elements.
 - 5.4. Market and competition analysis.
 - 5.5. Commercial and marketing strategy.
 - 5.6. Financial projections.
 - 5.7. Time planning.
6. Presentation of the business plan for a technology/digital based product/service.

4.4.6.Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

- O objetivo de analisar e compreender a importância da inovação e do empreendedorismo (C1) será trabalhado no ponto 2. dos conteúdos programáticos.*
- O objetivo C2 de compreender as diferentes ferramentas e técnicas para a conceção de modelos de negócios e de plano de negócios na economia digital será trabalhado nos pontos 3, 4 e 5 dos conteúdos programáticos.*
- O objetivo Ap1, aptidão de interpretar as oportunidades de mercado e propor medidas para minimizar os constrangimentos inerentes será trabalhada no ponto 3.*
- O objetivo Ap2, de conceber um modelo de negócio com uma proposta de valor efetiva com vista a satisfazer necessidades de mercado no contexto digital será trabalhada no ponto 4.*
- O objetivo Ap3, aptidão para conceber e produzir um plano de negócios a partir de uma ideia inovadora e direcionada ao mercado digital será trabalhada no ponto 5.*
- O objetivo At1 - Ser assertivo na produção de um plano de negócios será desenvolvido transversalmente em todos os conteúdos programáticos.*

4.4.6.Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

- The objective of analyzing and understanding the importance of innovation and entrepreneurship (K1) will be worked in point 2. of the syllabus.*
- The K2 objective of understanding the different tools and techniques for designing business models and business plans in the digital economy will be worked in points 3, 4 and 5 of the syllabus.*
- The Ap1 objective, ability to interpret market opportunities and propose measures to minimize the inherent constraints will be worked in point 3.*
- The Ap2 objective of designing a business model with an effective value proposal in order to satisfy market needs in the digital context will be worked in point 4.*
- The Ap3 objective, the ability to design and produce a business plan from an innovative idea targeted to the digital market will be worked in point 5.*
- The objective At1 - Being assertive in the production of a business plan will be developed across all syllabus contents*

4.4.7.Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico

(com indicação do número de estudantes por turma/grupo para as tipologias de horas de contacto relevantes, e com referência aos meios materiais e tecnológicos utilizados em cada tipologia):

De forma a cumprir o modelo pedagógico do IPAM, na fase I, Acesso e Motivação, será utilizado uma sessão de tutoria para certificar que os estudantes se familiarizam com o LMS; Na fase II - Socialização serão utilizados fóruns virtuais para que os estudantes socializem entre si, na fase III – Troca de Informação, os estudantes aprendem a procurar o conhecimento através de vídeo-lições, repositórios de referências e aulas virtuais, na fase IV – Construção de Conhecimento será exigido ao estudante um maior trabalho autónomo com base em apresentações orais, resolução de problemas/exercícios e case-studies e, na fase V- Desenvolvimento, o estudante será avaliado na sua capacidade de aplicação do conhecimento.

1. As atividades de natureza formativa síncrona elegidas são:

- *Aulas virtuais, onde existe uma interação síncrona lecionada pelo docente através do campus virtual. Estas sessões são gravadas permitindo aos estudantes assistirem posteriormente, de forma assíncrona, sempre que quiserem.*
- *Tutorias em grupo para orientação do estudo, esclarecimento de dúvidas e feedback por parte do docente.*

2. As atividades formativas assíncronas são:

- *Video-lições, conteúdo audiovisual gravado pelo docente em estúdio, combinado com gráficos, infografias, pontos chave.*
- *Livros digitais, objetos multimédia graficamente apelativos, que inclui imagens, vídeos, links, entre outros elementos.*
- *Repositório de artigos, outros documentos científicos e manuais fornecidos aos estudantes para aquisição ou aprofundamento de um determinado conteúdo.*
- *Video-screencasts com demonstração de um processo ou a demonstração do funcionamento de uma ferramenta e/ou técnica de análise de mercado, de design de modelo de negócios e do plano de negócios.*
- *Fórum-digital que consiste num local de debate sobre conteúdos diretamente relacionados com a UC, lançados pelo docente ou pelos estudantes. Visa fomentar a reflexão e comunicação entre estudantes.*

4.4.7. Specific teaching methodologies of the curricular unit and their link with the pedagogical model (point out the number of students per class/group to the types of relevant contact hours, with reference to the material and technological facilities used in each typology):

To comply with the IPAM pedagogical model, in phase I, Access and Motivation, a tutoring session will be used to ensure that students become familiar with the LMS; In phase II - Socialization, virtual forums will be used for students to socialize with each other, in phase III - Information Exchange, students learn to seek knowledge through video lessons, reference repositories and virtual classes, in phase IV - Construction of Knowledge, the student will be required to do more autonomous work based on oral presentations, problem solving/exercises and case-studies and, in phase V-Development, the student will be evaluated in their ability to apply knowledge.

1. The synchronous formative activities chosen are:

- *Virtual classes, where there is a synchronous interaction taught by the teacher through the virtual campus. These sessions are recorded allowing students to watch later, asynchronously, whenever they want.*
- *Group tutoring to guide the study, clarify doubts and give feedback from the teacher.*

2. Asynchronous training activities are:

- *Video lessons, audiovisual content recorded by the teacher in the studio, combined with graphics, infographics, key points.*
- *Digital books, graphically appealing multimedia objects, which include images, videos, links, among other elements.*
- *Repository of articles, other scientific documents, and manuals provided to students for the acquisition or deepening of certain content.*
- *Video-screencasts with a demonstration of a process or demonstration of the functioning of a tool and/or technique for market analysis, business model design, and business plan.*
- *Digital Forum, which is a place for debate on content directly related to the UC, launched by the teacher or students. It aims to encourage reflection and communication among students.*

4.4.8. Avaliação:

O processo de avaliação contempla os seguintes regimes: (i) avaliação contínua ou (ii) avaliação final. Em qualquer destes regimes, o estudante obterá aproveitamento se tiver classificação final igual ou superior a 10 valores. O modelo de avaliação contínua é aquele que decorre ao longo do período de aulas e reflete uma permanente interação entre docente e estudante, convergente com o modelo pedagógico do IPAM para o EaD, pois assume que os métodos de avaliação devem ser valorizados ao longo do processo de ensino e aprendizagem.

No regime de avaliação contínua será valorizada a avaliação formativa que permitirá acompanhar e, se necessário, ajustar o percurso do estudante, e a avaliação sumativa que permitirá avaliar a aquisição dos objetivos da UC.

Assume-se uma assiduidade mínima de 70% nas aulas síncronas, bem como uma interação mínima de 70% com as atividades assíncronas. Este cumprimento será verificado diretamente através das ferramentas analytics do LMS.

A avaliação contínua pressupõe três elementos:

i) Participação, medida em função da sua participação regular e em tempo útil nas atividades propostas no período de aulas, assim como do cumprimento das datas estabelecidas para a realização das atividades. O estudante deverá ter uma classificação mínima de 8 valores, contabilizando 20% da nota final.

ii) Avaliação sumativa intermédia, composta por atividades propostas pelo docente ao longo do período de aulas.

Nestas, o estudante deverá ter uma classificação mínima de 8 valores, contabilizando 40% da nota final. Este elemento será composto por:

a) Quiz em que é apresentado um questionário em forma de jogo, que motiva o estudante a superar-se na busca de novas informações e conhecimento de base.

iii) Avaliação sumativa final, composta por atividades propostas pelo docente no decorrer da época de avaliação (após o período de aulas). De forma a garantir a fiabilidade e autoria das respostas será utilizado o LockDown Browser.

Nestas, o estudante deverá ter uma classificação mínima média de 8 valores, contabilizando 40% da nota final. Este elemento será composto por:

iii.a) uma prova escrita e/ou teórica

iii.b) - Apresentação do projeto em vídeo – trabalho individual de apresentação do plano de negócios sobre uma ideia inovadora no contexto da economia digital, durante uma aula virtual.

Por último, o regime de avaliação final ocorre exclusivamente após o período de aulas e incidirá sobre todos os conteúdos lecionados na UC. De forma a garantir a fiabilidade e autoria das respostas será utilizado o LockDown Browser. Serão admitidos à avaliação final os estudantes que optem por esta opção, bem como aqueles que não tenham obtido aprovação no regime de avaliação contínua. Nestas, o estudante deverá ter uma classificação mínima de 10 valores. Este elemento será composto por:

a) uma prova escrita e/ou teórica.

4.4.8.Assessment:

The evaluation process includes the following regimes: (i) continuous evaluation or (ii) final evaluation. In any of these schemes, the student will be successful if they have a final grade equal to or greater than 10 points. The continuous assessment model is the one that takes place throughout the class period and reflects a permanent interaction between teacher and student, convergent with the pedagogical model of the IPAM for distance education, as it assumes that assessment methods should be valued throughout the teaching and learning process.

In the ongoing assessment system, formative assessment that will allow monitoring and, if necessary, adjusting the student's path, and the summative assessment that will allow evaluating the acquisition of the CU objectives will be valued. A minimum attendance of 70% in synchronous classes is assumed, as well as a minimum interaction of 70% in asynchronous activities. This compliance will be verified directly through the LMS analytics tools.

Continuous assessment presupposes three elements:

i) Participation, measured in terms of regular and timely participation in the activities proposed during the class period, as well as compliance with the dates established for carrying out the activities. The student must have a minimum classification of 8 values, accounting for 20% of the final grade.

ii) Intermediate summative assessment, consisting of activities proposed by the teacher throughout the class period. In these, the student must have a minimum average classification of 8 values, accounting for 40% of the final grade. This element will consist of:

a) Quizzes that encourage the student to excel in the search for new information and basic knowledge

iii) Final summative assessment, consisting of activities proposed by the teacher during the assessment period (after the class period). To guarantee reliability and authoritative answers, the LockDown Browser will be used. In these, the student must have a minimum average classification of 8 values, accounting for 40% of the final grade. This element will consist of:

iii. a) a written and/or theoretical test

iii. b) - Video presentation of the project – individual work to present the business plan on an innovative idea in the context of the digital economy, during a virtual class.

Finally, the final evaluation regime occurs exclusively after the class period and will focus on all content taught in the CU. To guarantee reliability and authoritative answers, the LockDown Browser will be used. Students who opt for this option will be admitted to the final assessment, as well as those who have not passed the continuous assessment scheme. In these, the student must have a minimum classification of 10 values. This element will consist of:

a) a written and/or theoretical test;

4.4.9.Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

Ao dotar os alunos de uma visão abrangente e ativa no uso da tecnologia, como facilitadora de soluções que promovem modelos de negócio que gerem valor e satisfaçam as necessidades dos clientes, visa-se também incentivar a inovação e o espírito empreendedor que possam gerar novas empresas e novos empreendedores na área digital. Esta UC tem como foco a criação, o desenvolvimento e a apresentação de projetos empreendedores e inovadores no contexto do mercado digital global em constante mudança.

Os objetivos C1 de analisar e compreender a importância da inovação e empreendedorismo e C2 de compreender as diferentes ferramentas e técnicas para a conceção de modelos de negócios e de plano de negócios na economia digital serão desenvolvidos através de uma metodologia de ensino expositiva que consiste na exposição oral de informações, saber e conteúdos. É um método indispensável no processo de ensino-aprendizagem, contudo deve ser complementado com os outros métodos. Neste âmbito, serão utilizadas as atividades formativas síncronas da aula virtual e sessões tutoria e, as assíncronas de vídeo-screencast, livro digital, repositório de artigos e fórum-digital.

O objetivo Ap1 de interpretar as oportunidades de mercado e resolver ou propor medidas para minimizar os constrangimentos inerentes será desenvolvido através de uma metodologia de ensino demonstrativa que consiste na forma de transmissão de conhecimentos que utiliza simultaneamente a explicação e a demonstração. O docente ensina a execução de um procedimento, tendo por base a demonstração. Neste âmbito, serão utilizadas as atividades formativas assíncronas de livro-digital e vídeo-screencast.

Os objetivos Ap2 de conceber um modelo de negócio com uma proposta de valor efetiva com vista a satisfazer necessidades de mercado no contexto digital e Ap3 de conceber e produzir um plano de negócios sintético a partir de uma ideia inovadora e direcionada ao mercado na economia digital serão desenvolvidos através de uma metodologia de ensino ativa que consiste num método de ensino-aprendizagem em que o estudante tem um papel ativo na procura do conhecimento e o docente tem, fundamentalmente, um papel de dinamizador. Neste âmbito, serão utilizadas as atividades formativas síncronas de tutoria e sessões assíncronas de livro-digital, vídeo-screencast e fórum digital.

O objetivo At1 - Ser assertivo na produção de um plano de negócios irá ser desenvolvido através de uma metodologia de ensino interrogativo que consiste na utilização da interrogação e da formulação de questões que conduzem os

estudantes a encontrar os conhecimentos pretendidos. Neste âmbito, serão utilizadas as atividades formativas síncronas de tutoria e sessões assíncronas de fórum virtual.

4.4.9.Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

By providing students with a comprehensive and active view of the use of technology, as a facilitator of solutions that promote business models that generate value and satisfy customer needs, it is also intended to encourage innovation and the entrepreneurial spirit that can generate new companies and new entrepreneurs in the digital field. This CU focuses on the creation, development, and presentation of entrepreneurial and innovative projects in the context of the ever-changing global digital market.

Objectives K1 to analyze and understand the importance of innovation and entrepreneurship and K2 to understand the different tools and techniques for designing business models and business plans in the digital economy will be developed through an expository teaching methodology consisting of the exhibition oral information, knowledge and content. It is an indispensable method in the teaching-learning process; however, it must be complemented with the other methods. In this context, synchronous training activities of virtual class and tutoring session and asynchronous video-screencast, digital book, article repository and digital forum will be used.

The Ap1 objective of interpreting market opportunities and solving or proposing measures to minimize the inherent constraints will be developed through a demonstrative teaching methodology that consists of a form of knowledge transmission that uses both explanation and demonstration. The teacher teaches the execution of a procedure, based on the demonstration. In this context, asynchronous training activities of digital-book and video-screencast will be used.

Objectives Ap2 of designing a business model with an effective value proposition in order to satisfy market needs in the digital context and Ap3 of designing and producing a synthetic business plan from an innovative and market-driven idea in the digital economy will be developed through an active teaching methodology that consists of a teaching-learning method in which the student has an active role in the search for knowledge and the teacher has, fundamentally, a driving role. In this context, synchronous training activities of tutoring and asynchronous sessions of digital-book, video-screencast and digital forum will be used.

The objective At1 - Being assertive in the production of a business plan will be developed through an interrogative teaching methodology that consists in the use of interrogation and the formulation of questions that lead students to find the desired knowledge. In this context, synchronous training activities of tutoring and asynchronous sessions of a virtual forum will be used.

4.4.10.Bibliografia de consulta/existência obrigatória e outros recursos de aprendizagem específicos para EaD:

Allen, J. P. (2019). Digital entrepreneurship. UK: Routledge.

Blank, S. (2020). The four steps to the epiphany: successful strategies for products that win. New Jersey: John Wiley.

Byers, T., Dorf, R., & Nelson, A. (2017). Technology Ventures: From Idea to Enterprise (5th ed.). NY: McGraw-Hill.

Duening, T. N., Hisrich, R. A., & Lechter, M. A. (2020). Technology entrepreneurship: Taking innovation to the marketplace. Cambridge: Academic Press.

Evans, V. (2015). The FT Essential Guide to Writing a Business Plan. London: Pearson.

Osterwalder, A. & Pigneur, Y. (2010). Business model generation: a handbook for visionaries, game changers, and challengers. New Jersey: John Wiley.

Turi, A. N. (2020). Technologies for Modern Digital Entrepreneurship: Understanding Emerging Tech at the Cutting-Edge of the Web 3.0 Economy. New York: Apress.

Sarkar, S. (2014). Empreendedorismo e inovação. Portugal: Escolar Editora.

Startup Portugal (2021). Manual do empreendedor. Lisboa: IAPMEI.

Mapa IV - Trabalho Final de Curso

4.4.1.1.Designação da unidade curricular:

Trabalho Final de Curso

4.4.1.1.Title of curricular unit:

Final Paper

4.4.1.2.Sigla da área científica em que se insere:

MP

4.4.1.3.Duração(1):

Semestral

4.4.1.4.Horas de trabalho(2):

450

4.4.1.5.1Horas de contacto assíncrono a distância(3):

<sem resposta>

4.4.1.5.2 Horas de contacto síncrono a distância(3):*OT-30;***4.4.1.5.3 Horas de contacto presencial(3):***<sem resposta>***4.4.1.6. ECTS:***18***4.4.1.7. Observações(4):**

Esta UC tem como propósito cumprir todos os objetivos específicos do ciclo de estudos C1, C2, C3, AP1, AP2, AP3, AT1 e AT2. Concretamente, cerca de 80% do tempo de trabalho será dedicado a apoiar os estudantes a aplicar métodos e técnicas de pesquisa e os constructos teóricos aprendidos nas UC deste plano de estudos para a consecução do trabalho final de curso. Vinte por cento do tempo de trabalho será dedicado a apoiar o aluno no desenvolvimento da autonomia, organização e responsabilidade. Esta UC, com uma tipologia aplicada, foi desenhada para fornecer aos alunos as competências específicas de elaboração de um trabalho final de curso, que vise promover novas ideias e resolver problemas concretos da gestão de marketing.

4.4.1.7. Observations:

This CU aims to fulfill all the specific objectives of the study cycle K1, K2, K3, AP1, AP2, AP3, AT1, and AT2. Concretely, around 80% of the working time will be dedicated to supporting students to apply research methods and techniques and the theoretical constructs learned in the CUs of this syllabus for the achievement of the final course work. Twenty percent of working time will be dedicated to supporting the student in the development of autonomy, organization, and responsibility. This UC, with an application typology, was designed to provide students with the specific skills to prepare a final course work, which aims to promote new ideas and solve specific problems in marketing management.

4.4.2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):*João Ricardo Martins Silva Freire; 9 horas***4.4.3. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:***Luís Raimundo Batalha Schwab - 7 horas**Luísa Margarida Guerra Marques Martinez - 7 horas**Natália Araújo Pacheco - 7 horas***4.4.4. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o ensino a distância (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):***C1. Identificar métodos e técnicas para o desenvolvimento de um projeto**AP1. Desenvolver investigação aplicada;**AP2. Aplicar métodos e técnicas de pesquisa para resolver problemas reais da Gestão de Marketing;**AP3. Aplicar conhecimentos técnico-científicos adquirido nas diferentes Unidades Curriculares;**AP4. Promover a inovação e o espírito crítico e construtivo;**AP5. Reconhecer o rigor técnico e científico;**AP6. Desenvolver capacidade de adaptação e de trabalho autónomo.***4.4.4. Intended learning outcomes and respective compatibility with distance learning (knowledge, skills and competences to be developed by the students):***K1. Identify methods and techniques for developing a project**AP1. Develop applied research;**AP2. Apply research methods and techniques to solve real problems in Marketing management;**AP3. Apply technical-scientific knowledge acquired in the different Curricular Units;**AP4. Promote innovation and a critical and constructive spirit;**AP5. Recognize technical and scientific rigor;**AP6. Develop adaptability and autonomous work.***4.4.5. Conteúdos programáticos:***1. Estrutura e forma de um trabalho final de curso**2. Métodos e técnicas de base para a elaboração do trabalho final**3. Desenvolvimento e monitorização dos trabalhos de forma a integrar os conhecimentos adquiridos nas diferentes unidades curriculares e a aplicar métodos e técnicas de pesquisa para resolução de problemas reais da gestão de marketing.***4.4.5. Syllabus:***1. Structure and form of a final course project.**2. Methods and basic techniques for the preparation of the final project.*

3. Development and monitoring of work in order to integrate the knowledge acquired in different curricular units and apply research methods and techniques to solve real problems in Marketing management.

4.4.6.Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

O objetivo de Aprendizagem C1 serão trabalhados no capítulo 1 Estrutura e forma de um trabalho final de curso e no capítulo 2 Métodos e técnicas de base para a elaboração do trabalho final.

Os objetivos de Aprendizagem AP1, AP2, AP3, AP4, AP5 e AP6 serão trabalhados capítulo 3 Desenvolvimento e monitorização dos trabalhos de forma a integrar os conhecimentos adquiridos nas diferentes unidades curriculares e a aplicar métodos e técnicas de pesquisa para resolução de problemas reais da gestão de marketing.

4.4.6.Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The Learning objective K1 will be worked on in chapter 1 Structure and form of a final course project and in chapter 2 Methods and basic techniques for the preparation of the final project.

The learning objectives AP1, AP2, AP3, AP4, AP5 and AP6 will be worked on in chapter 3 Development and monitoring of the work in order to integrate the knowledge acquired in the different curricular units and to apply research methods and techniques to solve real problems in the Marketing management.

4.4.7.Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico (com indicação do número de estudantes por turma/grupo para as tipologias de horas de contacto relevantes, e com referência aos meios materiais e tecnológicos utilizados em cada tipologia):

De forma a cumprir o modelo pedagógico do IPAM, na etapa I será utilizada uma sessão de tutoria para certificar que os estudantes se familiarizam com o LMS, o Sistema de Gestão de Aprendizagem. Na etapa II serão utilizados aulas virtuais para que os estudantes socializem entre si. Na etapa III os estudantes aprendem a ir em busca do conhecimento através de repositórios de referências e aulas virtuais. Na etapa IV será exigido ao estudante maior trabalho autónomo e realizar apresentações orais e na etapa V o estudante será avaliado na sua capacidade de aplicação do conhecimento, através da entrega de relatórios.

Da etapa I à etapa IV do modelo pedagógico, vai sendo promovida cada vez mais interatividade entre os participantes e o docente através da disponibilização de fóruns e debates, numa fase inicial com maior participação do e-moderador. A etapa V será cumprida através de uma tarefa de avaliação.

A partir da Etapa IV os estudantes terão um papel ativo na construção do seu conhecimento, através da elaboração do projeto. Por fim, na última Etapa irão pôr à prova a sua capacidade de crítica e reflexão e serão avaliados através de trabalhos escritos e uma apresentação oral.

1. As atividades de natureza formativa síncronas escolhidas são:

** Aulas virtuais, onde existe uma interação síncrona lecionada pelo docente através do campus virtual. Estas sessões são gravadas permitindo aos estudantes assistirem posteriormente, de forma assíncrona, sempre que quiserem;*

** Sessões de tutoria, com liderança partilhada entre os estudantes e o docente, que visam a orientação do estudo ou o esclarecimento de dúvidas. Os estudantes devem trazer os seus outputs intermédios de estudo/trabalho para serem alvo de feedback do docente.*

4.4.7.Specific teaching methodologies of the curricular unit and their link with the pedagogical model (point out the number of students per class/group to the types of relevant contact hours, with reference to the material and technological facilities used in each typology):

To comply with the pedagogical model of IPAM, in step I a tutoring session will be used to ensure that students are familiarized with the LMS, the Learning Management System. In stage II, virtual classes will be used for students to socialize with each other. In stage III, students learn to search for knowledge through reference repositories and virtual classes. In stage IV the student will be required to do more autonomous work and make oral presentations, and in stage V the student will be evaluated in their ability to apply knowledge, through the delivery of reports.

From the stage I to stage IV of the pedagogical model, more and more interactivity between participants and teachers is promoted through the provision of forums and debates, at an initial stage with greater participation by the e-moderator. Step V will be accomplished through an assessment task.

From Stage IV onwards, students will have an active role in the construction of their knowledge, through the elaboration of the project. Finally, in the last stage, they will test their capacity for criticism and reflection and will be evaluated through written work and an oral presentation.

1. The synchronous formative activities chosen are:

** Virtual classes, where there is a synchronous interaction taught by the teacher through the virtual campus. These sessions are recorded allowing students to watch later, asynchronously, whenever they want;*

** Tutoring sessions, with shared leadership between the students and the teacher, which aim to guide the study or clarify doubts. Students must bring their intermediate outputs of study/work to be the target of feedback from the teacher*

4.4.8.Avaliação:

O processo de avaliação contempla apenas o regime de avaliação contínua. O estudante obterá aproveitamento se tiver classificação final igual ou superior a 10 valores. O modelo de avaliação contínua é aquele que decorre ao longo do período de aulas e reflete uma permanente interação entre docente e estudante. Este regime de avaliação converge com o modelo pedagógico do IPAM para o EaD, no sentido em que assume que os métodos de avaliação devem ser valorizados ao longo do processo de ensino e aprendizagem.

No regime de avaliação contínua será valorizada a avaliação formativa que permitirá acompanhar e, se necessário, ajustar o percurso do estudante, e a avaliação sumativa que permitirá avaliar a aquisição dos objetivos da UC.

Assume-se uma assiduidade mínima de 70% nas aulas síncronas.

A avaliação contínua pressupõe dois elementos:

- i) Avaliação sumativa intermédia, composta por um projeto de trabalho final de curso com definição de problemática e referências de literatura. Nesta, o estudante deverá ter uma classificação mínima de 8 valores, contabilizando 25% da nota final. Este elemento será composto por um trabalho escrito.*
- ii) Avaliação sumativa final, composta por um trabalho final de curso com problemática, revisão, discussão e referências de literatura. Nesta, o estudante deverá ter uma classificação mínima de 8 valores, contabilizando 75% da nota final. Este elemento será composto por:*
 - ii.a) Trabalho escrito, contabilizando 80% da nota;*
 - ii.b) Apresentação oral, contabilizando 20% da nota.*

4.4.8.Assessment:

The assessment methods includes solely the continuous assessment regime. Students will be successful if they have a final grade equal to or greater than 10 points. The continuous assessment model is one that takes place throughout the lecturing period and reflects a permanent interaction between professor and student. This assessment methods converges with the pedagogical model of the IPAM for online, in the sense that it assumes that assessment should be valued throughout the teaching and learning process.

In the continuous assessment regime, formative assessment will be valued, which will allow monitoring and, if necessary, adjusting students' path, and summative assessment which will allow evaluating the acquisition of the CU's objectives. A minimum attendance of 70% in synchronous classes is mandatory.

Continuous assessment presupposes two elements:

- i) Intermediate summative assessment, consisting of a final course work project with definition of issues and literature references. In this, the student must have a minimum classification of 8 values, accounting for 25% of the final grade. This element will consist of a written work.*
- ii) Final summative assessment, consisting of a final course work with issues, review, discussion and literature references. In this, the student must have a minimum classification of 8 values, accounting for 75% of the final grade. This element will consist of:*
 - ii.a) Written work, accounting for 80% of the grade;*
 - ii.b) Oral presentation, accounting for 20% of the grade.*

4.4.9.Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

O objetivo C1 será atingido através de uma metodologia de ensino expositiva que consiste na exposição oral de informações, saber ou conteúdos em que o estudante tem um papel passivo. É um método indispensável no processo de ensino-aprendizagem, contudo, deve ser complementado com os outros métodos. Neste âmbito, serão utilizadas as atividades formativas síncronas de aula virtual e sessões de tutorias

Os objetivos AP1, AP2, AP3, AP4, AP5 e AP6 serão desenvolvidos através de uma metodologia de ensino ativa, que consiste num método de ensino-aprendizagem em que o estudante tem um papel ativo na procura do conhecimento e o docente tem, fundamentalmente, um papel de dinamizador. Neste âmbito, serão utilizadas as atividades formativas síncronas de sessões de tutorias.

4.4.9.Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

The objective K1 will be achieved through an expository teaching methodology that consists of the oral presentation of information, knowledge or content in which the student has a passive role. It is an indispensable method in the teaching-learning process, however, it must be complemented with the other methods. In this context, synchronous training activities of virtual classes and tutorial sessions will be used

The objectives AP1, AP2, AP3, AP4, AP5 and AP6 will be developed through an active teaching methodology, which consists of a teaching-learning method in which the student has an active role in the search for knowledge and the teacher has, fundamentally, an enabling role. In this context, the synchronous formative activities of tutorial sessions will be used.

4.4.10.Bibliografia de consulta/existência obrigatória e outros recursos de aprendizagem específicos para EaD:

- APA (2020). Publication Manual of the American Psychological Association. USA: American Psychological Association.*
- Bell, J. (2010). Como realizar um projecto de investigação. Lisboa: Gradiva.*
- Blaikie, N. (2003). Designing social research. Cambridge: Polity Press.*
- Bryman, A. (2016). Social research methods. Oxford: Oxford University Press.*
- Creswell, J. (2009). Research design: Qualitative, quantitative and mixed methods approaches. USA: SAGE*
- Fortin, M. F. (2009). O processo de investigação. Loures: Lusociência.*
- Ketеле, J. M. (1999). Metodologia da Recolha de Dados. Lisboa: Instituto Piaget.*
- Loseke, D. R. (2017). Methodological thinking. Los Angeles: Sage.*
- Magalhães, M. & Hill, A. (2002). Investigação por questionário (2.ª ed. rev. e corr.). Lisboa: Sílabo.*
- Quivy, R., & Campenhoudt, L. V. (2008). Manual de Investigação em Ciências Sociais. Lisboa: Gradiva.*
- Sousa, M., & Baptista, C., (2011). Como fazer Investigação, Dissertações, Teses e Relatórios. Lisboa: Pactor, FCA.*

Mapa IV - Transformação Digital

4.4.1.1.Designação da unidade curricular:

Transformação Digital

4.4.1.1. Title of curricular unit:*Digital Transformation***4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:***MP***4.4.1.3. Duração(1):***Semestral***4.4.1.4. Horas de trabalho(2):***150***4.4.1.5.1 Horas de contacto assíncrono a distância(3):***T-28;***4.4.1.5.2 Horas de contacto síncrono a distância(3):***TP-23;***4.4.1.5.3 Horas de contacto presencial(3):***<sem resposta>***4.4.1.6. ECTS:***6***4.4.1.7. Observações(4):**

Esta unidade curricular(UC) tem como objetivo ao longo de 6 ECTS suportar o cumprimento dos objetivos específicos C1, C2, AP1, AT1 e AT2. Respetivamente, cerca de 10% do tempo de trabalho da UC será dedicado a identificar os conceitos, práticas e técnicas de gestão de marketing, 10% a aplicar os aspetos da gestão de organizações no marketing, 30% a demonstrar habilidades analíticas para melhor tomada de decisão, 30% a decidir uma estratégia para impulsionar o crescimento da empresa e, por fim, 20% a desenvolver valor organizacional com qualidade, rigor científico e ética. Esta UC é do tipo aplicativa e está no quadro de Ucs optativas, pois tem a função de complementar o conhecimento obtido ao longo de todo o ciclo de estudos. Esta UC pois tem por base predominante a receção de constructos apreendidos em UCs anteriores, e a instrumentalização do estudante para a devida aplicação prática destes. Para além disto integra o quadro de optativas do Minor A de Inteligência de Marketing.

4.4.1.7. Observations:

This curricular unit (UC) aims to support the fulfillment of specific objectives C1, C2, AP1, AT1, and AT2 over 6 ECTS. Respectively, about 10% of the UC working time will be dedicated to identifying the concepts, practices, and techniques of marketing management, 10% to apply aspects of managing organizations in marketing, 30% to demonstrate analytical skills for better decision making the decision, 30% to decide a strategy to drive the company's growth and, finally, 20% to develop organizational value with quality, scientific and ethical rigor function of complementing the knowledge obtained throughout the entire study cycle. This CU is predominantly based on the reception of constructs learned in previous UCs, and the training of the student for their proper practical application. In addition to this, he is part of Minor A's Marketing Intelligence option board.

4.4.2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):*Silvio Farias de Menezes; 23 horas***4.4.3. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:***<sem resposta>***4.4.4. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o ensino a distância (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):**

*C1. Identificar os impactos e novas oportunidades da Transformação Digital para as organizações;
C2. Reconhecer novos modelos de negócios e Plataformas Digitais que criem oportunidades e vantagens competitivas;
AP1. Demonstrar habilidades no desenvolvimento de produtos, modelos de negócios, e modernizar operações;
AT1. Favorecer oportunidades e reconhecer desafios advindos da rápida evolução tecnológica;
AT2. Especificar novos modelos de negócios e plataformas possíveis para responder a uma nova realidade criada pela aceleração da transformação digital.*

4.4.4. Intended learning outcomes and respective compatibility with distance learning (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

- K1. Identify the impacts and new opportunities of Digital Transformation for organizations;*
- K2. Recognize new business models and Digital Platforms that create opportunities and competitive advantages;*
- AP1. Demonstrate skills in product development, business models, and modernizing operations;*
- AT1. Favor opportunities and recognize challenges arising from rapid technological evolution;*
- AT2. Specify new business models and possible platforms to respond to a new reality created by the acceleration of digital transformation.*

4.4.5. Conteúdos programáticos:

1. *Transformação Digital: Habilitadores e Desafios*
2. *Disrupção e a Estratégia*
3. *Repensando Modelos de Negócios*
4. *Desconstruindo a Cadeia de Valor*
5. *Customer Experience*
6. *Ecossistemas Digitais: participantes da plataforma e seus papéis.*
7. *Pipeline Business Model x Platform Business Model*
8. *Tendências e aplicabilidade de Novas Tecnologias*
9. *Viabilidade, Métricas e Gestão*

4.4.5. Syllabus:

1. *Digital Transformation: Enablers and Challenges*
2. *Disruption and the Strategy*
3. *Rethinking Business Models*
4. *Deconstructing the Value Chain*
5. *Customer Experience*
6. *Digital Ecosystems: platform participants and their roles.*
7. *Pipeline Business Model vs. Platform Business Model*
8. *Trends and Applicability of New Technologies*
9. *Feasibility, Metrics and Management*

4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

O Objetivo C1, identificar os impactos e novas oportunidades da Transformação Digital para as organizações, é atendido pelos Habilitadores e Desafios, Disrupção e Estratégia. O C2, de reconhecer novos modelos de negócios e Plataformas Digitais que criem oportunidades e vantagens competitivas, será trabalhado nos pontos: Repensando Modelos de Negócios e Desconstruindo a Cadeia de Valor. O AP1, demonstrar habilidades no desenvolvimento de produtos, modelos de negócios, e modernizar operações, é atendido pelo conteúdo 4 a 7. O AT1, favorecer oportunidades e reconhecer desafios advindos da rápida evolução tecnológica, é trabalhado pelas Tendências e aplicabilidade de Novas Tecnologias. E o AT2, assente em especificar novos modelos de negócios e plataformas possíveis para responder a uma nova realidade criada pela aceleração da transformação digital, é atendido pela reunião de todo o conteúdo na sequência desta UC.

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

Objective K1, identify the impacts and new opportunities of Digital Transformation for organizations, is met by Enablers and Challenges, Disruption and Strategy. The K2, to recognize new business models and Digital Platforms that create opportunities and competitive advantages, will be worked on the points: Rethinking Business Models and Deconstructing the Value Chain. AP1, demonstrating skills in product development, business models, and modernizing operations, is served by content 4 to 7. AT1, favoring opportunities and recognizing challenges arising from rapid technological evolution, is worked on by the Trends and applicability of New Technologies. And AT2, based on specifying new business models and possible platforms to respond to a new reality created by the acceleration of digital transformation, is served by bringing together all the content following this CU.

4.4.7. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico (com indicação do número de estudantes por turma/grupo para as tipologias de horas de contacto relevantes, e com referência aos meios materiais e tecnológicos utilizados em cada tipologia):

O modelo pedagógico do CE será operacionalizado com base nos 5 níveis de ensino e aprendizagem online, por meio de sessões síncronas expositivas e de tutorias, além de assíncronas onde serão disponibilizados conteúdos que ofereçam apoio a construção do conhecimento. A etapa I terá uma atividade em vídeo-screencast, na qual o docente faz a demonstração das funcionalidades do LMS, além de um guia de aprendizagem com as diretrizes da Unidade Curricular. As etapas II a IV tem como objetivo o aumento da interação dos estudantes de forma gradual, por meio da socialização online, troca de informações e partilha de conhecimento, possíveis pela utilização de metodologias ativas e ferramentas colaborativas, através das quais os estudantes assumem o papel autónomo de construtor da própria aprendizagem. Desta forma, os fóruns de discussão, debates e brainstormings possibilitarão que estes apliquem os conhecimentos adquiridos. A avaliação, parte integrante da etapa V do modelo pedagógico deste CE, terá como base a aplicação da capacidade crítica e reflexiva.

4.4.7. Specific teaching methodologies of the curricular unit and their link with the pedagogical model (point out the

number of students per class/group to the types of relevant contact hours, with reference to the material and technological facilities used in each typology):

The SC's pedagogical model will be operationalized based on the 5 levels of online teaching and learning, through synchronous expository sessions and tutorials, in addition to asynchronous sessions where content will be made available that support the construction of knowledge. Stage I will have an activity in video-screencast, in which the teacher demonstrates the features of the LMS, in addition to a learning guide with the guidelines of the Curricular Unit. Stages II to IV aims to increase student interaction gradually, through online socialization, information exchange, and knowledge sharing, possible through the use of active methodologies and collaborative tools, through which students assume the role of autonomous builder of learning itself. In this way, the discussion forums, debates, and brainstormings will allow them to apply the acquired knowledge.

The assessment, which is an integral part of stage V of the pedagogical model of this SC, will be based on the application of critical and reflective skills.

4.4.8.Avaliação:

O processo de avaliação contempla os seguintes regimes: (i) avaliação contínua ou (ii) avaliação final. Em qualquer destes regimes, o estudante obterá aproveitamento se tiver classificação final igual ou superior a 10 valores. O modelo de avaliação contínua é aquele que decorre ao longo do período de aulas e reflete uma permanente interação entre docente e estudante, convergente com o modelo pedagógico do IPAM para o EaD, pois assume que os métodos de avaliação devem ser valorizados ao longo do processo de ensino e aprendizagem.

No regime de avaliação contínua será valorizada a avaliação formativa que permitirá acompanhar e, se necessário, ajustar o percurso do estudante, e a avaliação sumativa que permitirá avaliar a aquisição dos objetivos da UC.

Assume-se uma assiduidade mínima de 70% nas aulas síncronas, bem como uma interação mínima de 70% com as atividades assíncronas. Este cumprimento será verificado diretamente através das ferramentas analytics do LMS.

A avaliação contínua pressupõe três elementos:

i) Participação, medida em função da sua participação regular e em tempo útil nas atividades propostas no período de aulas, assim como do cumprimento das datas estabelecidas para a realização das atividades. O estudante deverá ter uma classificação mínima de 8 valores, contabilizando 20% da nota final.

ii) Avaliação sumativa intermédia, composta por atividades propostas pelo docente ao longo do período de aulas.

Nestas, o estudante deverá ter uma classificação mínima de 8 valores, contabilizando 40% da nota final. Este elemento será composto por:

ii.a) Quiz: questionário - assente em metodologias de gamificação - que pretende que o estudante articule e aplique os conhecimentos adquiridos nas sessões teóricas, mas também que pesquise novas informações. Permitirá também que o estudante receba feedback imediato.

iii) Avaliação sumativa final, composta por atividades propostas pelo docente no decorrer da época de avaliação (após o período de aulas). De forma a garantir a fiabilidade e autoria das respostas será utilizado o LockDown Browser.

Nestas, o estudante deverá ter uma classificação mínima média de 8 valores, contabilizando 40% da nota final. Este elemento será composto por:

iii.a) uma prova escrita e/ou teórica

iii.b) Desafio atribuído em grupo em que cada qual entregará um Report, indo ao encontro dos requisitos do Projeto exigidos de pelo Docente.

Por último, o regime de avaliação final ocorre exclusivamente após o período de aulas e incidirá sobre todos os conteúdos lecionados na UC. De forma a garantir a fiabilidade e autoria das respostas será utilizado o LockDown Browser. Serão admitidos à avaliação final os estudantes que optem por esta opção, bem como aqueles que não tenham obtido aprovação no regime de avaliação contínua. Nestas, o estudante deverá ter uma classificação mínima de 10 valores. Este elemento será composto por:

a) uma prova escrita e/ou teórica.

4.4.8.Assessment:

The evaluation process includes the following regimes: (i) continuous evaluation or (ii) final evaluation. In any of these schemes, the student will be successful if they have a final grade equal to or greater than 10 points. The continuous assessment model is the one that takes place throughout the class period and reflects a permanent interaction between teacher and student, convergent with the pedagogical model of the IPAM for distance education, as it assumes that assessment methods should be valued throughout the teaching and learning process.

In the ongoing assessment system, formative assessment that will allow monitoring and, if necessary, adjusting the student's path, and the summative assessment that will allow evaluating the acquisition of the CU objectives will be valued. A minimum attendance of 70% in synchronous classes is assumed, as well as a minimum interaction of 70% in asynchronous activities. This compliance will be verified directly through the LMS analytics tools.

Continuous assessment presupposes three elements:

i) Participation, measured in terms of regular and timely participation in the activities proposed during the class period, as well as compliance with the dates established for carrying out the activities. The student must have a minimum classification of 8 values, accounting for 20% of the final grade.

ii) Intermediate summative assessment, consisting of activities proposed by the teacher throughout the class period. In these, the student must have a minimum classification of 8 values, accounting for 40% of the final grade. This element will consist of:

ii.a) Quiz: based on gamification methodologies - intended for the student to articulate and apply the knowledge acquired in theoretical sessions, but also to search for new information. It will also allow the student to receive immediate feedback.

iii) Final summative assessment, consisting of activities proposed by the teacher during the assessment period (after the class period). In order to guarantee the reliability and authorship of the answers, the LockDown Browser will be used. In these, the student must have a minimum average grade of 8 points, accounting for 40% of the final grade. This element will consist of:

iii.a) a written and/or theoretical test

iii.b) Challenge assigned in a group in which each will deliver a Report, meeting the Project requirements demanded by

the Teacher.

The final assessment regime occurs exclusively after the lecturing period and will focus on all content lectured at the CU. In order to guarantee the reliability and authorship of the answers, the LockDown Browser will be used. Students who choose this option will be admitted to the final assessment, as well as those who have not passed the continuous assessment regime. In these, the student must have a minimum grade of 10 points. This element will consist of:

a) a written and/or theoretical test.

4.4.9.Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

O objectivo C1 (identificar os impactos e novas oportunidades da Transformação Digital para as organizações), e o objetivo C2 (reconhecer novos modelos de negócios e Plataformas Digitais que criem oportunidades e vantagens competitivas) serão desenvolvidos por meio de uma postura ativa do docente e passiva do estudante. O docente aqui expõe informações e conteúdos que, em complementaridade com outras metodologias ativas, como podcasts criativos, irão construir a base do conhecimento necessário a esta UC.

O objetivo de aptidão AP1 (demonstrar habilidades no desenvolvimento de produtos, modelos de negócios, e modernizar operações) será desenvolvido por meio de metodologias que permitam ao aluno a execução de tarefas, tendo o feedback docente como forma de interação. Desta forma, o problem based learning em que a resolução do problema em questão passa pela demonstração prática do conhecimento adquirido, será a base aqui, operacionalizada por ferramentas colaborativas online.

Já o objetivo de favorecer oportunidades e reconhecer desafios advindos da rápida evolução tecnológica (AT1), e especificar novos modelos de negócios e plataformas possíveis para responder a uma nova realidade criada pela aceleração da transformação digital (AT2), têm a forma de agir perante determinadas situações como sua essência e os alunos serão convidados a responder fóruns virtuais que fomentem a reflexão e comunicação, com conteúdos científicos mas também contextos atuais advindos de notícias globais.

4.4.9.Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

Objective K1 (identify the impacts and new opportunities of Digital Transformation for organizations) and objective K2 (recognize new business models and Digital Platforms that create opportunities and competitive advantages) will be developed through an active posture of the teacher and passive student. The professor here exposes information and content that, in addition to other active methodologies, such as creative podcasts, will build the knowledge base necessary for this UCU

The AP1 aptitude objective (demonstrate skills in product development, business models, and modernize operations) will be developed through methodologies that allow the student to perform tasks, with teacher feedback as a form of interaction. In this way, the problem based-learning, in which the resolution of the problem in question involves the practical demonstration of the acquired knowledge, will be the basis here, operationalized by online collaborative tools.

The objective of favoring opportunities and recognizing challenges arising from the rapid technological evolution (AT1), and specifying new business models and possible platforms to respond to a new reality created by the acceleration of digital transformation (AT2), has the way to act in the face of certain situations as its essence and students will be invited to respond to virtual forums that encourage reflection and communication, with scientific content but also current contexts arising from global news.

4.4.10.Bibliografia de consulta/existência obrigatória e outros recursos de aprendizagem específicos para EaD:

Kotler, P., Kartajaya, H., &Setiawan, I. (2016). Marketing 4.0: Moving from traditional to digital. New Jersey: John Wiley .

Kotler, P., Kartajaya, H., &Setiawan, I. (2021). Marketing 5.0: Technology for Humanity. New Jersey: John Wiley & Sons.

Schwab, K. Nadella, S. Davis, N. (2019). Shaping the Fourth Industrial Revolution. Cologny: World Economic Forum.

Vial, G. (2019). Understanding digital transformation: A review and a research agenda. Journal of Strategic Information Systems, 28,118-144. <https://doi.org/10.1016/j.jsis.2019.01.003>

Graesch, J.P., Hensel-Börner, S. and Henseler, J. (2020). Information Technology And Marketing: An Important Partnership For Decade. Industrial Management & Data System, 121,123-157. <https://doi.org/10.1108/IMDS-08-2020-0510>

Miklosik, A. Evans, N. (2020). Impact of Big Data and Machine Learning on Digital Transformation in Marketing: A Literature Review. IEEE ACCESS <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2020.2998754>

Mapa IV - Big Data e Inteligência de Marketing

4.4.1.1.Designação da unidade curricular:

Big Data e Inteligência de Marketing

4.4.1.1.Title of curricular unit:

Big Data and Marketing Intelligence

4.4.1.2.Sigla da área científica em que se insere:

MP

4.4.1.3.Duração(1):

Semestral

4.4.1.4.Horas de trabalho(2):

150

4.4.1.5.1 Horas de contacto assíncrono a distância(3):

T-28;

4.4.1.5.2 Horas de contacto síncrono a distância(3):

TP-23;

4.4.1.5.3 Horas de contacto presencial(3):

<sem resposta>

4.4.1.6. ECTS:

6

4.4.1.7. Observações(4):

Apesar desta UC ter aspetos de instrumentalização com ferramentas no âmbito do Big Data, o enfoque é no entendimento dos constructos essenciais para o entendimento do papel estratégico do Big Data, assim conferindo um carácter predominantemente conceptual. Para além disto é uma UC que completa o quadro de optativas do Minor A de Inteligência de Marketing. Desta forma, Esta UC tem como objetivo ao longo de 6 ECTS suportar o cumprimento dos objetivos do ciclo de estudos C1 (identificar os conceitos, práticas e técnicas de gestão de marketing) em 20% do tempo de trabalho, AP1 (demonstrar habilidades analíticas para melhor tomada de decisão) em 40%, AT1 (decidir uma estratégia para impulsionar o crescimento da empresa) em 20% e AT2 (desenvolver valor organizacional com qualidade, rigor científico e ética) em 20% do tempo.

4.4.1.7. Observations:

Although this CU has aspects of instrumentalization with tools in the context of Big Data, the focus is on understanding the essential constructs for understanding the strategic role of Big Data, thus conferring a predominantly conceptual character. In addition, it is a CU that completes Minor A's Marketing Intelligence option board. Thus, this CU aims over 6 ECTS to support the fulfillment of the objectives of the K1 study cycle (identify the concepts, practices, and techniques of marketing management) in 20% of working time, AP1 (demonstrate analytical skills to better decision making) by 40%, AT1 (deciding on a strategy to drive the company's growth) by 20% and AT2 (develop organizational value with quality, scientific rigor, and ethics) by 20% of the time.

4.4.2. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):

Natália Araújo Pacheco; 23 horas

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

<sem resposta>

4.4.4. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o ensino a distância (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

C1. Usar os insights que permitam que as empresas identifiquem clientes e determinem que produto (s) devem promover em diferentes cenários.

C2. Explicar as personalizações exigidas pelos clientes conectados de hoje.

C3. Demonstrar o uso de inteligência de mercado para analisar melhor seus mercados e concorrência.

AP1. Construir o melhor posicionamento das campanhas e investimentos frente aos concorrentes.

AT1. Realizar uma gestão mais eficiente de relacionamentos com o mercado.

4.4.4. Intended learning outcomes and respective compatibility with distance learning (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

K1. Use the following insights that companies identify customers and determine which product(s) they should promote in different scenarios.

K2. Explain the customizations required by today's connected customers.

K3. Demonstrate the use of market intelligence to analyze the best markets and competition.

AP1. Build the best positioning of campaigns and investments against competitors.

AT1. Perform a more efficient management of services with the market.

4.4.5. Conteúdos programáticos:

1. Big Data: Conceitos

2. Impacto do Big Data: Casos de Uso

3. Mudanças Disruptivas Ou Incrementais Induzidas Por Big Data

4. Influência do Big Data nos Modelos de Negócio: Business Model Canvas

5. Big Data e Estratégia de Dados: Data Driven x Informed Driven

6. Potenciando o Growth Hacking

7. Ferramentas e Plataformas de Big Data

8. Desafios e oportunidades de big data

9. A revolução do aprendizado de máquina
10. Antecipando Comportamentos com Modelos Preditivos
11. Estratégia e Operacionalização

4.4.5.Syllabus:

1. Big Data: Concepts
2. Big Data Impact: Use Cases
3. Big Data-Induced Disruptive or Incremental Changes
4. Influence of Big Data on Business Models: Business Model Canvas
5. Big Data and Data Strategy: Data Driven vs. Informed Driven
6. Powering Growth Hacking
7. Big Data Tools and Platforms
8. Big Data Challenges and Opportunities
9. The Machine Learning Revolution
10. Anticipating Behaviors with Predictive Models
11. Strategy and Operationalization

4.4.6.Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

De acordo com o objetivo de conhecimento C1, C2 e C3, o aluno deve usar os insights que permitam que as empresas identifiquem clientes e determinem que produto (s) devem promover em diferentes cenários, explicar as personalizações exigidas pelos clientes conectados de hoje, e demonstrar o uso de inteligência de mercado para analisar melhor seus mercados e concorrência, atingindo estes por meio dos conteúdos programáticos 1, 2, 3, 4, 5 e 6. O objetivo AP1, de construir o melhor posicionamento das campanhas e investimentos frente aos concorrentes, será trabalhado nos tópicos 7,8,9 e 10 do conteúdo programático. Já o AT1, realizar uma gestão mais eficiente de relacionamentos com o mercado será trabalhado de forma transversal em todos os conteúdos programáticos da unidade curricular.

4.4.6.Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

In accordance with the K1, K2 and K3 knowledge objective, the student should use the insights that allow companies to identify customers and determine which product(s) to promote in different scenarios, explain the customizations required by today's connected customers, and demonstrate the use of market intelligence to better analyze your markets and competition, reaching them through the syllabus 1, 2, 3, 4, 5 and 6. The AP1 objective, to build the best positioning of campaigns and investments vis-à-vis competitors, will be worked on topics 7,8,9 and 10 of the syllabus. The AT1, on the other hand, to carry out a more efficient management of relationships with the market will be worked transversally in all the syllabus of the curricular unit.

4.4.7.Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico (com indicação do número de estudantes por turma/grupo para as tipologias de horas de contacto relevantes, e com referência aos meios materiais e tecnológicos utilizados em cada tipologia):

De forma a cumprir o modelo pedagógico do CE, esta UC terá sessões síncronas expositivas e de tutorias, além de assíncronas onde serão disponibilizados conteúdos que ofereçam apoio a construção do conhecimento. Os 5 níveis do modelo pedagógico do CE serão operacionalizados da seguinte forma: a etapa I objetiva garantir a familiarização do estudante com o LMS e com o contexto da UC, bem como suas particularidades, por meio de tutorias virtuais; a etapa II contará com fóruns virtuais que tragam situações reais para serem analisadas de forma colaborativa; a etapa III e a etapa IV contará com um laboratório virtual para utilização do software de análise dos dados e, para fechar a construção e desenvolvimento do conhecimento, a etapa V terá como avaliação formativa a aplicação do conhecimento, num case-study.

4.4.7.Specific teaching methodologies of the curricular unit and their link with the pedagogical model (point out the number of students per class/group to the types of relevant contact hours, with reference to the material and technological facilities used in each typology):

To comply with the EC's pedagogical model, this UC will have synchronous expository and tutorial sessions, in addition to asynchronous ones, where content that supports the construction of knowledge will be made available. The 5 levels of the CE pedagogical model will be operationalized as follows: step I aims to ensure the student's familiarization with the LMS and the UC context, as well as its particularities, through virtual tutorials; stage II will feature virtual forums that bring real situations to be analyzed collaboratively; stage III and stage IV will feature a virtual laboratory to use the data analysis software and, to complete the construction and development of knowledge, stage V will have the formative assessment of the application of knowledge, in a case-study

4.4.8.Avaliação:

O processo de avaliação contempla os seguintes regimes: (i) avaliação contínua ou (ii) avaliação final. Em qualquer destes regimes, o estudante obterá aproveitamento se tiver classificação final igual ou superior a 10 valores. O modelo de avaliação contínua é aquele que decorre ao longo do período de aulas e reflete uma permanente interação entre docente e estudante, convergente com o modelo pedagógico do IPAM para o EaD, pois assume que os métodos de avaliação devem ser valorizados ao longo do processo de ensino e aprendizagem. No regime de avaliação contínua será valorizada a avaliação formativa que permitirá acompanhar e, se necessário, ajustar o percurso do estudante, e a avaliação sumativa que permitirá avaliar a aquisição dos objetivos da UC. Assume-se uma assiduidade mínima de 70% nas aulas síncronas, bem como uma interação mínima de 70% com as

atividades assíncronas. Este cumprimento será verificado diretamente através das ferramentas analytics do LMS.

A avaliação contínua pressupõe três elementos:

i) *Participação, medida em função da sua participação regular e em tempo útil nas atividades propostas no período de aulas, assim como do cumprimento das datas estabelecidas para a realização das atividades. O estudante deverá ter uma classificação mínima de 8 valores, contabilizando 20% da nota final.*

ii) *Avaliação sumativa intermédia, composta por atividades propostas pelo docente ao longo do período de aulas. Nestas, o estudante deverá ter uma classificação mínima média de 8 valores, contabilizando 40% da nota final. Este elemento será composto por:*

ii.a) *Análise crítica de um Case-study*

ii.b) *Relatório com o processo de execução de um projeto de recolha, processamento, análise e visualização com fins de insights e foresights, individual.*

iii) *Avaliação sumativa final, composta por atividades propostas pelo docente no decorrer da época de avaliação (após o período de aulas). De forma a garantir a fiabilidade e autoria das respostas será utilizado o LockDown Browser. Nestas, o estudante deverá ter uma classificação mínima de 8 valores, contabilizando 40% da nota final. Este elemento será composto por:*

iii.a) *uma prova escrita e/ou teórica*

Por último, o regime de avaliação final ocorre exclusivamente após o período de aulas e incidirá sobre todos os conteúdos lecionados na UC. De forma a garantir a fiabilidade e autoria das respostas será utilizado o LockDown Browser. Serão admitidos à avaliação final os estudantes que optem por esta opção, bem como aqueles que não tenham obtido aprovação no regime de avaliação contínua. Nestas, o estudante deverá ter uma classificação mínima de 10 valores. Este elemento será composto por:

a) *uma prova escrita e/ou teórica.*

4.4.8. Assessment:

The evaluation process includes the following regimes: (i) continuous evaluation or (ii) final evaluation. In any of these schemes, the student will be successful if they have a final grade equal to or greater than 10 points. The continuous assessment model is the one that takes place throughout the class period and reflects a permanent interaction between teacher and student, convergent with the pedagogical model of the IPAM for distance education, as it assumes that assessment methods should be valued throughout the teaching and learning process.

In the ongoing assessment system, formative assessment that will allow monitoring and, if necessary, adjusting the student's path, and the summative assessment that will allow evaluating the acquisition of the CU objectives will be valued. A minimum attendance of 70% in synchronous classes is assumed, as well as a minimum interaction of 70% in asynchronous activities. This compliance will be verified directly through the LMS analytics tools.

Continuous assessment presupposes three elements:

i) *Participation, measured in terms of regular and timely participation in the activities proposed during the class period, as well as compliance with the dates established for carrying out the activities. The student must have a minimum classification of 8 values, accounting for 20% of the final grade.*

ii) *Intermediate summative assessment, consisting of activities proposed by the teacher throughout the class period. In these, the student must have a minimum average classification of 8 values, accounting for 40% of the final grade. This element will consist of:*

ii. a) *Critical analysis of a case-study*

ii. b) *Report with the execution process of an individual collection, processing, analysis, and visualization project for insights and foresight.*

iii) *Final summative assessment, consisting of activities proposed by the teacher during the assessment period (after the class period). To guarantee reliability and authoritative answers, the LockDownBrowser will be used. In these, the student must have a minimum classification of 8 values, accounting for 40% of the final grade. This element will consist of:*

iii. a) *a written and/or theoretical test*

Finally, the final evaluation regime occurs exclusively after the class period and will focus on all content taught in the CU. To guarantee reliability and authoritative answers, the LockDownBrowser will be used. Students who opt for this option will be admitted to the final assessment, as well as those who have not passed the continuous assessment scheme. In these, the student must have a minimum classification of 10 values. This element will consist of:

a) *a written and/or theoretical test;*

4.4.9. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

O objetivo C1 (usar os insights que permitam que as empresas identifiquem clientes e determinem que produto (s) devem promover em diferentes cenários), o C2 (explicar as personalizações exigidas pelos clientes conectados de hoje), e o objetivo C3 (demonstrar o uso de inteligência de mercado para analisar melhor seus mercados e concorrência), terão a metodologia expositiva como base, visto que neste tipo de objetivo a postura do estudante deve ser recetiva, em complemento com outras metodologias que irão garantir a totalidade da construção do conhecimento. O objetivo de aptidão AP1 (construir o melhor posicionamento das campanhas e investimentos frente aos concorrentes), referem-se à capacidade do aluno em executar as tarefas. Desta forma, terão por norma a utilização de fóruns virtuais e tutoriais para que o conhecimento seja construído através da interação e feedback docente, laboratório virtual em que a resolução do problema em questão passa pela demonstração prática do conhecimento adquirido, além da construção de uma estratégia de implementação de inteligência de marketing por meio de ferramentas colaborativas online.

Já o objetivo de realizar uma gestão mais eficiente de relacionamentos com o mercado (AT1), contará com uma apresentação oral sobre a contextualização da análise de dados realizada anteriormente e sua aplicabilidade numa estratégia, em cenários de empresas fictícias representando desafios reais do cotidiano profissional.

4.4.9.Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

Objective K1 (use the insights that allow companies to identify customers and determine which product(s) to promote in different scenarios), objective K2 (explain the customizations required by today's connected customers), and objective K3 (demonstrate usage market intelligence to better analyze their markets and competition), will have the expository methodology as a basis, since in this type of objective the student's posture must be receptive, in addition to other methodologies that will guarantee the totality of knowledge construction.

The AP1 aptitude objective (build the best positioning of campaigns and investments against competitors) refers to the student's ability to perform the tasks. In this way, they will have as a rule the use of virtual forums and tutorials so that knowledge is built through interaction and teacher feedback, a virtual laboratory in which the resolution of the problem in question involves the practical demonstration of acquired knowledge, in addition to the construction of a strategy of implementing marketing intelligence through online collaborative tools.

The objective of carrying out more efficient management of relationships with the market (AT1) will feature an oral presentation on the contextualization of the data analysis carried out previously and its applicability in a strategy, in scenarios of fictitious companies, representing real challenges in daily professional life.

4.4.10.Bibliografia de consulta/existência obrigatória e outros recursos de aprendizagem específicos para EaD:

Chen, H., Chiang, R. & Storey, V. (2012). Business Intelligence and Analytics: From Big Data to Big Impact. MIS Quarterly, 36(4), 1165-1188.

Clarck, D. (2017). Beginning Power BI. New York: Apress.

Gandomi, A. & Haider, M. (2015). Beyond the hype: Big data concepts, methods, and analytics. International Journal Of Information Management, 35(2),137-144.

Ghavami, P. (2020). Big Data Management. Berlin: De Gruyter.

Knaflic, C. (2019). Storytelling com dados. New Jersey: Wiley.

Machado, C. (2019). Business Intelligence and Analytics in Small and Medium Enterprises. Florida: CRC Press.

Sharda, R., Delen, D. & Turban, E. (2018). Business Intelligence, Analytics, and Data Science: A Managerial Perspective. Harlow: Pearson.

Sherman, R. (2014). Business Intelligence Guidebook: From Data Integration to Analytics. Burlington: Morgan Kaufmann.

Turban, E., Sharda, R., & Delen, D. (2014). Business Intelligence and Analytics: Systems for Decision Support. Harlow: Pearson.

Mapa IV - Marketing de Conteúdo**4.4.1.1.Designação da unidade curricular:**

Marketing de Conteúdo

4.4.1.1.Title of curricular unit:

Content Marketing

4.4.1.2.Sigla da área científica em que se insere:

MP

4.4.1.3.Duração(1):

Semestral

4.4.1.4.Horas de trabalho(2):

150

4.4.1.5.1Horas de contacto assíncrono a distância(3):

T-28;

4.4.1.5.2Horas de contacto síncrono a distância(3):

TP-23;

4.4.1.5.3Horas de contacto presencial(3):

<sem resposta>

4.4.1.6.ECTS:

6

4.4.1.7.Observações(4):

Esta UC é optativa e faz parte do Minor B de Negócio Digital, já a contar com o suporte de UCs anteriores que prepararam os estudantes para as mudanças no ambiente de marketing em respostas aos desafios trazidos pela transformação digital. De modo a cumprir os objetivos específicos do CE, 20% do tempo de trabalho desta unidade curricular será dedicado a identificar os conceitos, práticas e técnicas de gestão de marketing (C1), 30% a demonstrar habilidades analíticas para melhor tomada de decisão (AP1), outros 30% a identificar métodos e técnicas de marketing para utilização (AP2) e, por fim, 20% será dedicado a decidir uma estratégia para impulsionar o crescimento da empresa (AT1).

4.4.1.7.Observations:

This CU is optional and is part of Minor B of Digital Business, already having the support of previous CUs that prepared students for the changes in the marketing environment in response to the challenges brought by the digital transformation. To meet the specific objectives of the SC, 20% of the working time in this course will be dedicated to identifying the concepts, practices, and techniques of marketing management (K1), 30% to demonstrating analytical skills for better decision making (AP1), another 30% will identify marketing methods and techniques to use (AP2) and, finally, 20% will be dedicated to deciding a strategy to drive the company's growth (AT1).

4.4.2.Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):

Sílvia Maria Bandeira da Silva Caniço - 23 horas

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

<sem resposta>

4.4.4.Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o ensino a distância (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

C1. Identificar estratégias claras e acionáveis para marketing de conteúdo

AP1. Reconhecer aspetos de brief de estratégia, brief de ideação e proposta de conteúdo vencedores

AP2. Demonstrar a diferenciação por meio do marketing de conteúdo

AT1. Perceber o contexto do marketing de conteúdo e soluções nativas

AT2. Aprender como as soluções nativas podem impulsionar novos negócios

4.4.4.Intended learning outcomes and respective compatibility with distance learning (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

K1. Identify clear and actionable strategies for content marketing

AP1. Recognize winning strategy brief, ideation brief, and content proposal aspects

AP2. Demonstrate differentiation through content marketing

AT1. Understand the context of content marketing and native solutions

AT2. Learn how native solutions can drive new businesses

4.4.5.Conteúdos programáticos:

1. Introdução ao Marketing de Conteúdo

1.1 Princípios fundamentais do conteúdo

1.2 Do discurso ao diálogo

1.3 Mudanças no marketing e inovação

1.4 Novo perfil do consumidor digital

1.5 3C's do Conteúdo

2. Tipos de Conteúdo

3. Processo de Marketing de Conteúdo

3.1 Público

3.2 Planeamento

3.3 Criação

3.4 Canais

3.5 Divulgação

3.6 Mensuração

4. Gerenciamento dos ativos digitais

5. Conteúdo e geração de leads: do funil à conversão

6. Estratégia e planeamento do conteúdo

6.1 Definição do propósito

6.2 Auditoria de conteúdo

6.3 Inventário de conteúdo

6.4 Calendarização digital

6.5 Produção e mensuração

4.4.5.Syllabus:**1. Introduction to Content Marketing****1.1 Fundamentals of content****1.2 From speech to dialogue****1.3 Changes in marketing and innovation****1.4 New Digital Consumer Profile****1.5 3C's of Content****2. Types of Content****3. Content Marketing Process****3.1 Audience****3.2 Planning****3.3 Creation****3.4 Channels****3.5 Disclosure****3.6 Measurement****4. Digital asset management****5. Content and Lead Generation: From Funnel to Conversion****6. Strategy and content planning****6.1 Purpose definition****6.2 Content Audit****6.3 Content Inventory****6.4 Digital scheduling****6.5 Production and measurement****4.4.6.Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:**

De acordo com o objetivo C1, o estudante deve identificar estratégias claras e acionáveis para marketing de conteúdo, sendo possível por meios dos conteúdos 5 e 6.

O objetivo de aptidão AP1 (Reconhecer aspetos de brief de estratégia, brief de ideação e proposta de conteúdo vencedores) será desenvolvido pelos conteúdos 1, 2, 4 e 5. Já os objetivos AP2 (Demonstrar a diferenciação por meio do marketing de conteúdo) AT1 (perceber o contexto do marketing de conteúdo e soluções nativas) e AT2 (aprender como as soluções nativas podem impulsionar novos negócios) podem ser desenvolvidos por meio da transversalidade de todos os conteúdos.

4.4.6.Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

According to objective K1, the student must identify clear and actionable strategies for content marketing, made possible through contents 5 and 6.

Aptitude objective AP1 (Recognize aspects of winning strategy brief, ideation brief, and content proposal) will be developed by contents 1, 2, 4, and 5. AP2 objectives (Demonstrate differentiation through content marketing) AT1 (understand the context of content marketing and native solutions) and AT2 (learn how native solutions can drive new businesses) can be developed through the transversality of all content.

4.4.7.Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico (com indicação do número de estudantes por turma/grupo para as tipologias de horas de contacto relevantes, e com referência aos meios materiais e tecnológicos utilizados em cada tipologia):

O modelo pedagógico que dá suporte ao CE online é composto, neste contexto, por 5 etapas que esta unidade curricular ajuda a cumprir. Assim, a fim de tornar possível este cumprimento, serão utilizadas metodologias ora ativas ora integrativas e formativas. Na etapa I serão utilizadas tutorias e vídeo aulas. Serão dispostas metodologias que permitam não somente a socialização do estudante, como também garantir a segurança e os recursos de que ele precisa para construir o conhecimento no ensino a distância, que cumprirão da etapa II a IV, por meio de uma postura mais ativa do docente que culmina com o papel de e-moderador em atividades colaborativas e integradoras, como role-play, fóruns de discussão, leituras construtivas de obras científicas. Uma atenção especial será dada à metodologia observacional que irá fundamentar a construção do trabalho final. O estudante já se prepara para a etapa V, a etapa avaliativa, por meio da construção de um report com elementos que permitam a consolidação do conhecimento adquirido na unidade curricular.

Atividades de natureza formativa síncrona:

- *Lecionação interativa onde serão aplicados os conceitos partilhados nas sessões assíncronas, por meio da metodologia Problem-Based-Learning, onde os alunos serão levados a pensar estrategicamente no encontro da solução de um contexto real.*
- *Discussão da leitura construtiva no sentido de progressão da aprendizagem.*
- *TBL: aprendizagem por equipa, na discussão de artigos científicos mais recentes sobre Marketing de Conteúdo e suas aplicações.*
- *Planeamento do trabalho individual/grupo, sob orientação do docente, de modo que o estudante aprenda pela prática.*

Atividades de natureza formativa assíncrona:

- *Lição Estúdio, utilizado para a introdução da UC.*
- *Aulas previamente gravadas em vídeo com exposições curtas acerca dos eixos temáticos da unidade curricular, além de demonstrações teóricas, apresentação de experiências e estudos de caso.*
- *Fóruns de discussão: para fomentar o conhecimento partilhado e colaborativo, por meio de ferramentas com este fim.*

4.4.7. Specific teaching methodologies of the curricular unit and their link with the pedagogical model (point out the number of students per class/group to the types of relevant contact hours, with reference to the material and technological facilities used in each typology):

The pedagogical model that supports the SC online comprises, in this context, 5 steps that this curricular unit helps to fulfill. Thus, to make this fulfillment possible, methodologies will be used, either active or integrative and formative. In step, I, tutorials and video classes will be used. Methodologies will be available that not only allow the student's socialization but also guarantee the security and the resources they need to build knowledge in distance education, which will fulfill from stage II to IV, through a more active posture of the teacher which culminates in the role of e-moderator in collaborative and integrative activities, such as role-play, discussion forums, constructive readings of scientific works. Special attention will be given to the observational methodology that will support the construction of the final work. The student is already preparing for stage V, the evaluative stage, through the construction of a report with elements that allow the consolidation of the knowledge acquired in the curricular unit.

Activities of a synchronous formative nature:

- *Interactive teaching where the concepts shared in asynchronous sessions will be applied, through the Problem-Based-Learning methodology, where students will be led to think strategically in finding the solution to a real context.*
- *Discussion of constructive reading in the sense of learning progression.*
- *TBL: team learning, in the discussion of the most recent scientific articles on Content Marketing and its applications.*
- *Planning the individual/group work, under the guidance of the teacher, so that the student learns through practice.*

Asynchronous formative activities:

- *Studio Lesson, used for the introduction of CU.*
- *Classes previously recorded on video with short expositions on the thematic axes of the curricular unit, in addition to theoretical demonstrations, presentation of experiences, and case studies.*
- *Discussion forums: to encourage shared and collaborative knowledge, using tools for this purpose.*

4.4.8. Avaliação:

O processo de avaliação contempla os seguintes regimes: (i) avaliação contínua ou (ii) avaliação final. Em qualquer destes regimes, o estudante obterá aproveitamento se tiver classificação final igual ou superior a 10 valores. O modelo de avaliação contínua é aquele que decorre ao longo do período de aulas e reflete uma permanente interação entre docente e estudante, convergente com o modelo pedagógico do IPAM para o EaD, pois assume que os métodos de avaliação devem ser valorizados ao longo do processo de ensino e aprendizagem.

No regime de avaliação contínua será valorizada a avaliação formativa que permitirá acompanhar e, se necessário, ajustar o percurso do estudante, e a avaliação sumativa que permitirá avaliar a aquisição dos objetivos da UC.

Assume-se uma assiduidade mínima de 70% nas aulas síncronas, bem como uma interação mínima de 70% com as atividades assíncronas. Este cumprimento será verificado diretamente através das ferramentas analytics do LMS.

A avaliação contínua pressupõe três elementos:

i) Participação, medida em função da sua participação regular e em tempo útil nas atividades propostas no período de aulas, assim como do cumprimento das datas estabelecidas para a realização das atividades. O estudante deverá ter uma classificação mínima de 8 valores, contabilizando 20% da nota final.

ii) Avaliação sumativa intermédia, composta por atividades propostas pelo docente ao longo do período de aulas.

Nestas, o estudante deverá ter uma classificação mínima de 8 valores, contabilizando 40% da nota final. Este elemento será composto por:

ii.a) Quiz individual, no LMS, com questões que permitam aplicar o conhecimento adquirido na sua análise e resolução, de forma analítica, relacionando factos e/ou possíveis soluções com conceitos fundamentais da UC.

iii) Avaliação sumativa final, composta por atividades propostas pelo docente no decorrer da época de avaliação (após o período de aulas). De forma a garantir a fiabilidade e autoria das respostas será utilizado o LockDown Browser. Nestas, o estudante deverá ter uma classificação mínima média de 8 valores, contabilizando 40% da nota final. Este elemento será composto por:

iii.a) uma prova escrita e/ou teórica

iii.b) Relatório em grupo, onde os estudantes aplicam os conhecimentos apreendidos no âmbito da UC, por meio da construção de um relatório, resultado da observação de conteúdos digitais.

Por último, o regime de avaliação final ocorre exclusivamente após o período de aulas e incidirá sobre todos os conteúdos lecionados na UC. De forma a garantir a fiabilidade e autoria das respostas será utilizado o LockDown Browser. Serão admitidos à avaliação final os estudantes que optem por esta opção, bem como aqueles que não tenham obtido aprovação no regime de avaliação contínua. Nestas, o estudante deverá ter uma classificação mínima de 10 valores. Este elemento será composto por:

a) uma prova escrita e/ou teórica.

4.4.8. Assessment:

The evaluation process includes the following regimes: (i) continuous evaluation or (ii) final evaluation. In any of these schemes, the student will be successful if they have a final grade equal to or greater than 10 points. The continuous

assessment model is the one that takes place throughout the class period and reflects a permanent interaction between teacher and student, convergent with the pedagogical model of the IPAM for distance education, as it assumes that assessment methods should be valued throughout the teaching and learning process. In the ongoing assessment system, formative assessment that will allow monitoring and, if necessary, adjusting the student's path, and the summative assessment that will allow evaluating the acquisition of the CU objectives will be valued. A minimum attendance of 70% in synchronous classes is assumed, as well as a minimum interaction of 70% in asynchronous activities. This compliance will be verified directly through the LMS analytics tools.

Continuous assessment presupposes three elements:

i) Participation, measured in terms of regular and timely participation in the activities proposed during the class period, as well as compliance with the dates established for carrying out the activities. The student must have a minimum classification of 8 values, accounting for 20% of the final grade.

ii) Intermediate summative assessment, consisting of activities proposed by the teacher throughout the class period. In these, the student must have a minimum classification of 8 values, accounting for 40% of the final grade. This element will consist of:

ii. a) Individual quiz, in the LMS, with questions that allow you to apply the knowledge acquired in its analysis and resolution, analytically, relating facts and/or possible solutions with fundamental concepts of the CU.

iii) Final summative assessment, consisting of activities proposed by the teacher during the assessment period (after the class period). To guarantee reliability and authoritative answers, the LockDownBrowser will be used. In these, the student must have a minimum average classification of 8 values, accounting for 40% of the final grade. This element will consist of:

iii. a) a written and/or theoretical test

iii.b) Group report, where students apply the knowledge learned within the scope of the UC, through the construction of a report, resulting from the observation of digital content.

Finally, the final evaluation regime occurs exclusively after the class period and will focus on all content taught in the CU. To guarantee reliability and authoritative answers, the LockDownBrowser will be used. Students who opt for this option will be admitted to the final assessment, as well as those who have not passed the continuous assessment scheme. In these, the student must have a minimum classification of 10 values. This element will consist of:

a) a written and/or theoretical test;

4.4.9. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

O objetivo C1 de identificar estratégias claras e acionáveis para marketing de conteúdo terá a metodologia expositiva como base, visto tratar-se da construção de conceitos importantes para toda a unidade curricular.

Os objetivos de aptidão AP1, reconhecer aspetos de brief de estratégia, brief de ideação e proposta de conteúdo vencedores e AP2 de demonstrar a diferenciação por meio do marketing de conteúdo, serão desenvolvidos numa ótica mais voltada à execução de tarefas, por meio de e-atividades que propiciem a demonstração em momentos síncronos e assíncronos, como fóruns virtuais para fomentar brainstormings de soluções a determinados contextos apresentados pelo docente. Ainda interview-based-earning, onde um convidado, gestor de marketing de uma empresa real, irá responder a questionamentos dos alunos em um momento síncrono. Estes questionamentos serão construídos por meio do uso de ferramentas colaborativas assíncronas, permitindo que os alunos entrem em contacto na construção da e-atividade.

Por fim, os objetivos de atitude, mais relacionados ao saber em si e ao como agir frente a determinados contextos e fenómenos, serão desenvolvidos por meio de estudos de caso e dialogação crítica, onde o estudante assume um papel ativo, seja na pesquisa teórica e leitura de materiais disponibilizados pelo docente ou na busca dos próprios materiais de estudo em partilha e colaboração com outros estudantes. Assim serão desenvolvidos os objetivos AT1 que tem o objetivo de Perceber o contexto do marketing de conteúdo e soluções nativas e o AT2 de aprender como as soluções nativas podem impulsionar novos negócios.

4.4.9. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

The K1 objective of identifying clear and actionable strategies for content marketing will have the expository methodology as a basis since it is the construction of important concepts for the entire curricular unit.

AP1 aptitude objectives, recognizing aspects of winning strategy brief, ideation brief and content proposal and AP2 of demonstrating differentiation through content marketing, will be developed in a more task-oriented perspective, through e-activities that provide a demonstration in synchronous and asynchronous moments, such as virtual forums to encourage brainstorming of solutions to certain contexts presented by the teacher. Still, interview-based learning, where a guest, a marketing manager from a real company, will answer students' questions in a synchronous moment. These questions will be built through the use of asynchronous collaborative tools, allowing students to get in contact in the construction of the e-activity.

Finally, the attitudinal objectives, more related to knowing itself and how to act in certain contexts and phenomena, will be developed through case studies and critical dialogue, where the student takes an active role, whether in theoretical and reading materials provided by the teacher or searching for their study materials in sharing and collaboration with other students. Thus, AT1 objectives will be developed, which aim to understand the context of content marketing and native solutions, and AT2 to learn how native solutions can drive new businesses.

4.4.10. Bibliografia de consulta/existência obrigatória e outros recursos de aprendizagem específicos para EaD:

Handley, A. (2014). Everybody Writes: Your Go-To Guide to Creating Ridiculously Good Content. New Jersey: Wiley.

Henry, A. (2020). Content Mapping: Unlocking the Power of Content to Increase Engagement, Leads and Sales.

Publicação Independente do Autor.

Peçanha, V. (2017). Obrigado pelo Marketing. São Paulo: Benvirá.

Pulizzi, J. (2017). Conteúdo S.A.: Como os empreendedores usam o conteúdo para gerar um público enorme e criar empresas extremamente bem-sucedidas. São Paulo: DVS EDITORA.

Rez, R. (2018). Marketing de Conteúdo: A Moeda do Século XXI. Portugal: Marcador Editora.

Sandler, M. (2018). Visual Storytelling: How to Speak to the Audience Without Saying a Word. US: Michael Wiese Productions.

Trout, J. (2009). Repositioning: Marketing in an Era of Competition, Change and Crisis. New York: McGraw Hill.

Walter, E. & Gioglio, J.(2014). The Power of Visual Storytelling: How to Use Visuals, Videos, and Social Media to Market Your Brand. New York: McGraw-Hill Education

Mapa IV - Marketing Digital

4.4.1.1.Designação da unidade curricular:

Marketing Digital

4.4.1.1.Title of curricular unit:

Digital Marketing

4.4.1.2.Sigla da área científica em que se insere:

MP

4.4.1.3.Duração(1):

Semestral

4.4.1.4.Horas de trabalho(2):

150

4.4.1.5.1Horas de contacto assíncrono a distância(3):

T-28;

4.4.1.5.2Horas de contacto síncrono a distância(3):

TP-23;

4.4.1.5.3Horas de contacto presencial(3):

<sem resposta>

4.4.1.6.ECTS:

6

4.4.1.7.Observações(4):

Esta UC é do tipo aplicada e está no quadro das Ucs optativas, compondo o Minor B de Negócios Digitais e tem a função de complementar o conhecimento obtido ao longo de todo o ciclo de estudos. Tem por base predominante a receção de constructos apreendidos em UCs anteriores, e a instrumentalização do estudante para a devida aplicação prática destes. Ao longo de 6 ECTS suporta o cumprimento dos objetivos específicos do ciclo de estudos C1, AP1, AP2, AT1 e AT2. Respetivamente, cerca de 20% do tempo de trabalho da UC será dedicada a ajudar o estudante a identificar os conceitos práticos e técnicas de gestão de marketing. Outros 30%, a demonstrar habilidades analíticas para uma melhor tomada de decisão e 20% a identificar métodos e técnicas de marketing para utilização estratégica. Em seguimento, 20% são dedicados a decidir uma estratégia para impulsionar o crescimento da empresa e outros 10% a desenvolver o valor organizacional com qualidade, rigor científico e ética

4.4.1.7.Observations:

This CU is of the application type and is in the framework of the optional CUs, composing the Minor B of Digital Business, and has the function of complementing the knowledge obtained throughout the entire study cycle. Its predominant base is the reception of constructs learned in previous CUs, and the student's instrumentalization for their proper practical application. Over 6 ECTS, it supports the fulfilment of the specific objectives of the study cycle C1, AP1, AP2, AT1, and AT2. Respectively, about 20% of the UC working time will be dedicated to helping the student to identify the practical concepts and techniques of marketing management. Another 30%, to demonstrate analytical skills for better decision making and 20% to identify marketing methods and techniques for strategic use. As a result, 20% are dedicated to deciding a strategy to drive the company's growth and another 10% to develop an organizational value with quality, scientific rigor, and ethics.

4.4.2.Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):

Ricardo José Fernandes Mena; 23 horas

4.4.3.Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:*<sem resposta>***4.4.4.Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o ensino a distância (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):**

- C1. Demonstrar abordagens e ilustrar a função Marketing da organização para que opere de forma eficiente no canal digital;*
- C2. Interpretar o consumidor digital;*
- AP1. Identificar as métricas mais adequadas ao contexto e usá-las na tomada de decisão do Marketing quanto ao Digital;*
- AP2. Reconhecer e gerir a cadeia de valor digital;*
- AT1. Favorecer a medição e o controlo do desempenho do canal digital.*

4.4.4.Intended learning outcomes and respective compatibility with distance learning (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

- K1. Demonstrate approaches and illustrate the organization's Marketing function so that it operates efficiently in the digital channel;*
- K2. Interpret the digital consumer;*
- AP1. Identify the most appropriate metrics for the context and use them in decision making in Marketing regarding Digital;*
- AP2. Recognize and manage the digital value chain;*
- AT1. Favor the measurement and control of the performance of the digital channel*

4.4.5.Conteúdos programáticos:**1. Criando e Redesenhando Negócios e suas Relações com o Cliente para o Digital**

- 1.1 Requisitos de Negócio para o Canal Digital**
- 1.2 E-Consumidor e o Planeamento de Conteúdo**
- 1.3 Gestão de Leads**
- 1.4 Customer Experience**

2. Motores

- 2.1 SEM**
- 2.2 SEO**

3. Publicidade Digital

- 3.1 Formatos e métricas**
- 3.2 Google Ads**
- 3.3 Facebook Ads**
- 3.4 Instagram Ads**
- 3.5 Segmentação**

4. Gestão da Publicidade

- 4.1 Gestão de Anúncios e Reports**
- 4.2 Copy para Anúncios**

5. Campanhas

- 5.1 Marketing Automation**

6. Análise de Dados

- 6.1 Google Analytics**
- 6.2 Plano de Marketing Digital**

4.4.5.Syllabus:**1. Creating and Redesigning Businesses and their Customer Relations for Digital**

- 1.1 Business Requirements for the Digital Channel**
- 1.2 E-Consumer and Content Planning**
- 1.3 Lead Management**
- 1.4 Customer Experience**

2. Engines

- 2.1 SEM**
- 2.2 SEO**

3. Advertising

- 3.1 Digital Advertising, formats and metrics**
- 3.2 Google Ads**
- 3.3 Facebook Ads**
- 3.4 Instagram Ads**
- 3.5 Segmentation**

4. Advertising Management**4.1 Ads and Reports Management****4.2 Copy for Ads****5. Campaigns****5.1 Marketing Automation****6. Data Analysis****6.1 Google Analytics****6.2 Digital Marketing Plan****4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:**

O objetivo de conhecimento C1, onde o aluno deve demonstrar abordagens e ilustrar a função Marketing da organização para que opere de forma eficiente no canal digital, e o objetivo C2, onde o aluno deve interpretar o consumidor digital, são suportados por meio dos conteúdos programáticos 1, 2 e 3.

Relativamente ao objetivo AP1 (identificar as métricas mais adequadas ao contexto e usá-las na tomada de decisão do Marketing quanto ao Digital), e o AP2 (reconhecer e gerir a cadeia de valor digital), o conteúdo programático 4 e 5 darão suporte à sua concretização.

Já o objetivo AT1, o de favorecer a medição e o controlo do desempenho do canal digital, será trabalhado no conteúdo programático 6.

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The K1 knowledge objective, where the student must demonstrate approaches and illustrate the organization's Marketing function so that it operates efficiently in the digital channel, and the K2 objective, where the student must interpret the digital consumer, are supported through the syllabus 1, 2 and 3.

Regarding the objective AP1 (identify the most appropriate metrics to the context and use them in the decision-making of Marketing regarding the Digital), and AP2 (recognize and manage the digital value chain), the syllabus 4 and 5 will support the its realization.

The AT1 objective, on the other hand, that of favoring the measurement and control of the performance of the digital channel, will be worked on in program content 6.

4.4.7. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico (com indicação do número de estudantes por turma/grupo para as tipologias de horas de contacto relevantes, e com referência aos meios materiais e tecnológicos utilizados em cada tipologia):

Esta UC contará com sessões síncronas expositivas e de tutorias, além de assíncronas onde serão disponibilizados conteúdos que ofereçam apoio na construção do conhecimento, na forma de metodologias de ensino demonstrativas e ativas.

O modelo pedagógico do CE será operacionalizado com base nos 5 níveis de ensino e aprendizagem online. A etapa I, terá aulas síncronas de tutoria e disponibilização de vídeos com apresentação dos conteúdos e contexto da UC. As etapas II e III terão como base a interação dos estudantes de forma online e serão desenvolvidas por meio de fóruns virtuais e utilização de ferramentas colaborativas, com maior participação do e-moderador numa fase inicial. A etapa IV, mais orientada para o trabalho em equipa permitirá aos estudantes o contacto com um projeto real no contexto desta UC e, por fim, para consolidar o conhecimento, a etapa V será cumprida por meio da elaboração de um relatório final.

4.4.7. Specific teaching methodologies of the curricular unit and their link with the pedagogical model (point out the number of students per class/group to the types of relevant contact hours, with reference to the material and technological facilities used in each typology):

This CU will feature synchronous expository sessions and tutorials, in addition to asynchronous where content will be made available that support the construction of knowledge, in the form of demonstrative and active teaching methodologies.

The SC's pedagogical model will be operationalized based on the 5 levels of online teaching and learning. Stage I will have synchronous tutoring classes and videos with the presentation of the contents and context of the CU. Stages II and III will be based on the interaction of students online and will be developed through virtual forums and the use of collaborative tools, with greater participation of the e-moderator at an early stage. Stage IV, more oriented towards teamwork, will allow students to have contact with a real project in the context of this CU and, finally, to consolidate knowledge, stage V will be completed through the preparation of a final report

4.4.8. Avaliação:

O processo de avaliação contempla os seguintes regimes: (i) avaliação contínua ou (ii) avaliação final. Em qualquer destes regimes, o estudante obterá aproveitamento se tiver classificação final igual ou superior a 10 valores. O modelo de avaliação contínua é aquele que decorre ao longo do período de aulas e reflete uma permanente interação entre docente e estudante, convergente com o modelo pedagógico do IPAM para o EaD, pois assume que os métodos de avaliação devem ser valorizados ao longo do processo de ensino e aprendizagem.

No regime de avaliação contínua será valorizada a avaliação formativa que permitirá acompanhar e, se necessário, ajustar o percurso do estudante, e a avaliação sumativa que permitirá avaliar a aquisição dos objetivos da UC.

Assume-se uma assiduidade mínima de 70% nas aulas síncronas, bem como uma interação mínima de 70% com as atividades assíncronas. Este cumprimento será verificado diretamente através das ferramentas analytics do LMS.

A avaliação contínua pressupõe três elementos:

i) Participação, medida em função da sua participação regular e em tempo útil nas atividades propostas no período de

aulas, assim como do cumprimento das datas estabelecidas para a realização das atividades. O estudante deverá ter uma classificação mínima de 8 valores, contabilizando 20% da nota final.

ii) Avaliação sumativa intermédia, composta por atividades propostas pelo docente ao longo do período de aulas. Nestas, o estudante deverá ter uma classificação mínima de 8 valores, contabilizando 40% da nota final. Este elemento será composto por:

ii.a) Quizz autocorrigido individual com questões sobre medição e controlo do desempenho do canal digital e, recurso à gamificação. Permitirá também que o estudante receba feedback imediato.

iii) Avaliação sumativa final, composta por atividades propostas pelo docente no decorrer da época de avaliação (após o período de aulas). De forma a garantir a fiabilidade e autoria das respostas será utilizado o LockDown Browser. Nestas, o estudante deverá ter uma classificação mínima média de 8 valores, contabilizando 40% da nota final. Este elemento será composto por:

iii.a) uma prova escrita e/ou teórica

iii.b) Projeto, com entrega de relatório, onde o estudante terá que analisar a cadeia de valor digital de uma empresa para identificar as métricas mais adequadas ao contexto e usá-las na tomada de decisão do Marketing quanto ao Digital.

Por último, o regime de avaliação final ocorre exclusivamente após o período de aulas e incidirá sobre todos os conteúdos lecionados na UC. De forma a garantir a fiabilidade e autoria das respostas será utilizado o LockDown Browser. Serão admitidos à avaliação final os estudantes que optem por esta opção, bem como aqueles que não tenham obtido aprovação no regime de avaliação contínua. Nestas, o estudante deverá ter uma classificação mínima de 10 valores. Este elemento será composto por:

a) uma prova escrita e/ou teórica.

4.4.8.Assessment:

The evaluation process includes the following regimes: (i) continuous evaluation or (ii) final evaluation. In any of these schemes, the student will be successful if they have a final grade equal to or greater than 10 points. The continuous assessment model is the one that takes place throughout the class period and reflects a permanent interaction between teacher and student, convergent with the pedagogical model of the IPAM for distance education, as it assumes that assessment methods should be valued throughout the teaching and learning process.

In the ongoing assessment system, formative assessment that will allow monitoring and, if necessary, adjusting the student's path, and the summative assessment that will allow evaluating the acquisition of the CU objectives will be valued. A minimum attendance of 70% in synchronous classes is assumed, as well as a minimum interaction of 70% in asynchronous activities. This compliance will be verified directly through the LMS analytics tools.

Continuous assessment presupposes three elements:

i) Participation, measured in terms of regular and timely participation in the activities proposed during the class period, as well as compliance with the dates established for carrying out the activities. The student must have a minimum classification of 8 values, accounting for 20% of the final grade.

ii) Intermediate summative assessment, consisting of activities proposed by the teacher throughout the class period. In these, the student must have a minimum classification of 8 values, accounting for 40% of the final grade. This element will consist of:

ii.a) Individual self-correcting quiz with questions about measuring and controlling the performance of the digital channel and using gamification. It will also allow the student to receive immediate feedback.

iii) Final summative assessment, consisting of activities proposed by the teacher during the assessment period (after the class period). In order to guarantee the reliability and authorship of the answers, the LockDown Browser will be used. In these, the student must have a minimum average grade of 8 points, accounting for 40% of the final grade. This element will consist of:

iii.a) a written and/or theoretical test

iii.b) The project, with report delivery, where the student will have to analyze a company's digital value chain to identify the most appropriate metrics for the context and use them in decision-making in Marketing regarding Digital.

The final assessment regime occurs exclusively after the lecturing period and will focus on all content lectured at the CU. In order to guarantee the reliability and authorship of the answers, the LockDown Browser will be used. Students who choose this option will be admitted to the final assessment, as well as those who have not passed the continuous assessment regime. In these, the student must have a minimum grade of 10 points. This element will consist of:

a) a written and/or theoretical test;

4.4.9.Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

O objetivo C1 (demonstrar abordagens e ilustrar a função Marketing da organização para que opere de forma eficiente no canal digital) e o C2 (Interpretar o consumidor digital) serão desenvolvidos por meio da exposição oral de informações, saberes e conteúdos, onde o papel do estudante é passivo. Contudo existirá a complementaridade com outras metodologias que ajudarão a consolidar o conhecimento.

O objetivo AP1 (identificar as métricas mais adequadas ao contexto e usá-las na tomada de decisão do Marketing quanto ao Digital) e o AP2 (reconhecer e gerir a cadeia de valor digital) terão a metodologia demonstrativa como suporte para a aprendizagem, na qual o docente explica e demonstra ao mesmo tempo, por meio de simulações em plataformas digitais colaborativas. O estudante já tem uma postura ativa na procura por conhecimento e o docente assume um papel dinamizador. A utilização de ferramentas digitais faz-se presente, como o Brainstormer para construção do plano de marketing digital. Já o objetivo de favorecer a medição e o controlo do desempenho do canal digital (AT1), terá a metodologia questionadora como base, por meio de sessões de tutoria e fórum virtual.

4.4.9.Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

Objective K1 (demonstrate approaches and illustrate the organization's Marketing function so that it operates efficiently in the digital channel) and K2 (Interpreting the digital consumer) will be developed through the oral presentation of information, knowledge, and content, where the role of the student is passive. However, there will be a complementarity with other methodologies that will help to consolidate knowledge.

The objective AP1 (identify the most appropriate metrics to the context and use them in the decision making of Marketing regarding the Digital) and AP2 (recognize and manage the digital value chain) will have the demonstrative methodology as a support for learning, in which the teacher explains and demonstrates at the same time, through simulations on collaborative digital platforms. The student already has an active posture in the search for knowledge and the teacher assumes a dynamic role. The use of digital tools is present, such as Brainstormer to build the digital marketing plan. The objective of favoring the measurement and control of the performance of the digital channel (AT1) will be based on the questioning methodology, through tutoring sessions and a virtual forum.

4.4.10. Bibliografia de consulta/existência obrigatória e outros recursos de aprendizagem específicos para EaD:

Appel, G., Grewal, L., Hadi, R. et al. (2020). *The future of social media in marketing*. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 48,79–95. <https://doi.org/10.1007/s11747-019-00695-1>

Charlesworth, A. (2018). *DM: A Practical Approach*. UK: Routledge.

Kingsnorth, S. (2019). *Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing*. New York: Kogan Page.

Openshaw, E., Hagel, J. & Brown, J. (2014). *From Invisible to Visible...to Measurable: Social Analytics Extends Enterprise Performance Improvement*. US: Deloitte University Press.

Kotler, P. (2021). *Marketing 5.0: Technology for Humanity*. New Jersey: John Wiley & Sons.

Lee, K. (2018). *AI Superpowers: China, Silicon Valley, and the New World Order*. Boston: Houghton Mifflin Harcourt Publishing Company.

Marques, V. (2020). *Marketing Digital de A a Z. Guia essencial de MD*. Portugal: Digital 360.

Rausser, A. (2016). *Digital Strategy: A Guide to Digital Business Transformation*. UCreateSpace Independent Publishing Platform.

Mapa IV - Neuromarketing

4.4.1.1. Designação da unidade curricular:

Neuromarketing

4.4.1.1. Title of curricular unit:

Neuromarketing

4.4.1.2. Sigla da área científica em que se insere:

MP

4.4.1.3. Duração(1):

Semestral

4.4.1.4. Horas de trabalho(2):

150

4.4.1.5.1 Horas de contacto assíncrono a distância(3):

T-28;

4.4.1.5.2 Horas de contacto síncrono a distância(3):

TP-23;

4.4.1.5.3 Horas de contacto presencial(3):

<sem resposta>

4.4.1.6. ECTS:

6

4.4.1.7. Observações(4):

Esta UC faz parte do Quadro de optativas e compõe o Minor C de experiência do consumidor que complementa o conhecimento adquirido em todo o CE. As UCs já lecionadas com regularidade no CE darão suporte para o entendimento da utilização de ferramentas e análise dos dados por meio do neuromarketing, nomeadamente metodologia da investigação, estatística e todas as que constróem conhecimento sobre uma estratégia de marketing. sta Ajuda, ainda, a cumprir os objetivos C1, AP1, AT1 e AT2 do ciclo de estudos. Respetivamente e em específico, 10% das horas de trabalho será para identificar os conceitos e técnicas de gestão de marketing, outros 30% para demonstrar habilidades analíticas para melhor tomada de decisão, 30% decidir uma estratégia para impulsionar o crescimento da empresa e, por fim, 30% será para desenvolver valor organizacional com qualidade, rigor científico e ética.

4.4.1.7. Observations:

This CU is part of the Elective Board and makes up the Minor C of consumer experience that complements the knowledge acquired throughout the EC. The CUs already taught regularly in the CE will support the understanding of

the use of tools and data analysis through neuromarketing, namely research methodology, statistics, and all those that build knowledge about a marketing strategy. fulfill the objectives C1, AP1, AT1, and AT2 of the study cycle. Respectively and specifically, 10% of the working hours will be to identify the concepts and techniques of marketing management, another 30% to demonstrate analytical skills for better decision making, 30% to decide a strategy to drive the company's growth and, for Finally, 30% will be to develop organizational value with quality, scientific rigor, and ethics.

4.4.2.Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):

Karla Karina de Oliveira Menezes; 23h

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

<sem resposta>

4.4.4.Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o ensino a distância (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

C1. Interpretar o comportamento do consumidor em uma perspetiva neural.

C2. Compreender decisões sobre produtos, serviços e marcas numa óptica mais alargada.

AP1. Desenvolver uma estratégia de pesquisa de preferências de consumo com recursos a ferramentas de neuromarketing.

AP2. Implementar esta mesma estratégia.

AT1. Reconhecer a importância da ética no processo de recolha dos dados e posterior análise.

4.4.4.Intended learning outcomes and respective compatibility with distance learning (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

C1. Interpret consumer behavior from a neural perspective.

C2. Understand decisions about products, services, and brands from a broader perspective.

AP1. Develop a consumer preferences research strategy using neuromarketing tools.

AP2. Implement this same strategy.

AT1 . Recognize the importance of ethics in the data collection process and subsequent analysis.

4.4.5.Conteúdos programáticos:

1 Introdução à Neurociência e Decisões de Consumo

1.1 Estruturas cerebrais importantes no processo de decisão

1.2 Neurotransmissores e ação/decisão

1.3 O cérebro e as referências culturais das marcas

1.4 Decisão: representação, atenção, valor predito, valor experienciado e aprendizagem

2.NM

2.1 Histórico

2.2 Marcadores Somáticos

2.3 Ferramentas e medição- prós e contras

2.4 Marketing Sensorial e NM

2.5 Processos cognitivos e decisão: sensação, percepção, interpretação, aprendizagem

2.6 Emoções e sentimentos

2.7 Sistemas motivacionais

3.NMMix

3.1 Produto: conceções, testes e aceitação

3.2 Preço: observação e análise

3.3 Distribuição e retalho: melhor localização no PDV

3.4 Promoção: persuasão e tomada de decisão

4.NM no Ambiente Virtual

4.1 Consumidor tradicional x Consumidor online

4.2 Redes sociais e neurónios espelho

5.Aplicações do Neuromarketing

6Neuroética

6.1 Ética e moral

6.2 Disfunções do consumo (compra compulsiva)

6.3 Consumismo e doença

6.4 Preocupações da Neuroética

4.4.5.Syllabus:

1.Introduction to NS and Consumer Decisions

1.1Important brain structures in the decision process

1.2 Neurotransmitters and action/decision

1.3 The brain and cultural references of brands

1.4 Decision: representation, attention, predicted value, experienced value, and learning

2. NM

2.1 Historic

2.2 Somatic Markers

2.3 Tools and Measurement - Pros and Cons

2.4 Sensory Marketing and NM

2.5 Cognitive processes and decision: sensation, perception, interpretation, learning

2.6 Emotions and feelings

2.7 Motivational systems

3. NMMix

3.1 Product: designs, testing, and acceptance

3.2 Price: observation and analysis

3.3 Distribution and retail: better location at the POS

3.4 Promotion: persuasion and decision making

4. NM in the Virtual Environment

4.1 Traditional consumer vs. Online consumer

4.2 Social Networks and Mirror Neurons

5. NM Applications

6. Neuroethics

6.1 Ethic and moral

6.2 Disorders of consumption (compulsive buying)

6.3 Consumerism and disease

6.4 Neuroethical Concerns

4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

De acordo com o objetivo de conhecimento C1, o estudante deve interpretar o comportamento do consumidor em uma perspectiva neural, sendo possível por meios dos conteúdos 1, 2 e 4. Relativamente ao C2 (Compreender decisões sobre produtos, serviços e marcas numa óptica mais alargada), será desenvolvido pelo conteúdo 3. Os objetivos AP1 (Desenvolver uma estratégia de pesquisa de preferências de consumo com recursos a ferramentas de neuromarketing) e AP2 (Implementar esta mesma estratégia) beneficiam-se da transversalidade de todos os conteúdos em seu desenvolvimento. Por fim, para que o aluno possa reconhecer a importância da ética no processo de recolha dos dados e posterior análise, terá acesso ao conteúdo 5 desta unidade curricular.

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

According to the knowledge objective K1, the student must interpret consumer behavior from a neural perspective, being possible through contents 1, 2, and 4. Regarding K2 (Understanding decisions about products, services, and brands in a broader perspective), will be developed by content 3. Objectives AP1 (Develop a research strategy for consumer preferences using neuromarketing tools) and AP2 (Implement this same strategy) benefit from the transversality of all content in their development. Finally, so that the student can recognize the importance of ethics in the process of data collection and subsequent analysis, they will have access to content 5 of this course.

4.4.7. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico (com indicação do número de estudantes por turma/grupo para as tipologias de horas de contacto relevantes, e com referência aos meios materiais e tecnológicos utilizados em cada tipologia):

A fim de tornar possível cumprir o modelo pedagógico do ciclo de estudos (composto por 5 etapas), serão utilizadas tutorias e vídeo aulas na etapa I. Da etapa II a IV serão dispostas metodologias que permitam não somente a socialização do estudante, como também garantirá a segurança e os recursos de que ele precisa para construir o conhecimento no ensino a distância. Assim, o docente assume, de início, um papel mais ativo, sendo, por fim, um e-moderador de atividades colaborativas e integradoras, como role-play, fóruns de discussão, leituras construtivas de obras científicas, que irão preparar o estudante para a etapa V, a avaliativa, por meio da construção de um plano de pesquisa de preferências com recurso a técnicas de neuromarketing, com vistas a aplicação e consolidação do conhecido desenvolvido na unidade curricular.

Relativamente às atividades de natureza formativa síncronas, as eleitas são:

- *Lecionação interativa onde serão aplicados os conceitos partilhados nas sessões assíncronas, por meio da metodologia ProblemBased-Learning, onde os alunos serão levados a pensar estrategicamente no encontro da solução de um contexto real exposto pelo docente.*
- *Discussão da leitura construtiva no sentido de progredir no processo de aprendizagem.*
- *TBL: aprendizagem por equipa, na discussão de artigos científicos mais recentes sobre Neuromarketing e suas aplicações.*
- *Planeamento do trabalho individual/grupo, sob orientação do docente.*

Na modalidade assíncrona, as atividades de natureza formativa são:

- *Lição Estúdio, utilizado para a introdução da UC, através da apresentação de controvérsias, dilemas, analogias ou problemas. Pretende provocar-se a curiosidade do estudante para as aprendizagens a realizar e ligá-las a aprendizagens anteriores;*
- *Aulas previamente gravadas em vídeo com exposições curtas acerca dos eixos temáticos da unidade curricular, além*

de demonstrações teóricas, apresentação de experiências e estudos de caso.
 • Fóruns virtuais: para incentivar o conhecimento compartilhado e colaborativo.

4.4.7. Specific teaching methodologies of the curricular unit and their link with the pedagogical model (point out the number of students per class/group to the types of relevant contact hours, with reference to the material and technological facilities used in each typology):

To make it possible to comply with the pedagogical model of the study cycle (composed of 5 stages), tutorials and video classes will be used in stage I. From stage II to IV, methodologies that allow not only the student's socialization but also guarantee the security and resources he needs to build knowledge in distance learning. Thus, the teacher assumes, at first, a more active role, being, finally, an e-moderator of collaborative and integrative activities, such as role-play, discussion forums, constructive readings of scientific works, which will prepare the student for stage V, evaluative, through the construction of a research plan of preferences using neuromarketing techniques, to apply and consolidate the knowledge developed in the curricular unit.

Regarding activities of a synchronous formative nature, the chosen ones are:

- Interactive teaching where concepts shared in asynchronous sessions will be applied, through the ProblemBased Learning methodology, where students will be led to think strategically in finding the solution to a real context exposed by the teacher.
- Discussion of constructive reading to progress in the learning process.
- TBL: team learning, in the discussion of the most recent scientific articles on Neuromarketing and its applications.
- Planning of individual/group work, under the guidance of the teacher.

In the asynchronous mode, the activities of a formative nature are:

- Studio Lesson, used for the introduction of UC, through the presentation of controversies, dilemmas, analogies, or problems. It is intended to provoke the student's curiosity for the learning to be carried out and link them to previous learning;
- Classes previously recorded on video with short expositions on the thematic axes of the curricular unit, in addition to theoretical demonstrations, presentation of experiences, and case studies.
- Discussion forums: to encourage shared and collaborative knowledge.

4.4.8. Avaliação:

O processo de avaliação contempla os seguintes regimes: (i) avaliação contínua ou (ii) avaliação final. Em qualquer destes regimes, o estudante obterá aproveitamento se tiver classificação final igual ou superior a 10 valores. O modelo de avaliação contínua é aquele que decorre ao longo do período de aulas e reflete uma permanente interação entre docente e estudante, convergente com o modelo pedagógico da IPAM para o EaD, pois assume que os métodos de avaliação devem ser valorizados ao longo do processo de ensino e aprendizagem.

No regime de avaliação contínua será valorizada a avaliação formativa que permitirá acompanhar e, se necessário, ajustar o percurso do estudante, e a avaliação sumativa que permitirá avaliar a aquisição dos objetivos da UC.

Assume-se uma assiduidade mínima de 70% nas aulas síncronas, bem como uma interação mínima de 70% com as atividades assíncronas. Este cumprimento será verificado diretamente através das ferramentas analytics do LMS.

A avaliação contínua pressupõe três elementos:

i) Participação, medida em função da sua participação regular e em tempo útil nas atividades propostas no período de aulas, assim como do cumprimento das datas estabelecidas para a realização das atividades. O estudante deverá ter uma classificação mínima de 8 valores, contabilizando 20% da nota final.

ii) Avaliação sumativa intermédia, composta por atividades propostas pelo docente ao longo do período de aulas.

Nestas, o estudante deverá ter uma classificação mínima de 8 valores, contabilizando 40% da nota final. Este elemento será composto por:

ii.a) Fórum de discussão: para fomentar o conhecimento partilhado e colaborativo.

iii) Avaliação sumativa final, composta por atividades propostas pelo docente no decorrer da época de avaliação (após o período de aulas). De forma a garantir a fiabilidade e autoria das respostas será utilizado o LockDown Browser.

Nestas, o estudante deverá ter uma classificação mínima média de 8 valores, contabilizando 40% da nota final. Este elemento será composto por:

iii.a) uma prova escrita e/ou teórica

iii.b) Relatório em grupo, onde os estudantes aplicam os conhecimentos apreendidos no âmbito da UC, por meio da construção de um plano de pesquisa de preferências com recurso a técnicas de neuromarketing.

Por último, o regime de avaliação final ocorre exclusivamente após o período de aulas e incidirá sobre todos os conteúdos lecionados na UC. De forma a garantir a fiabilidade e autoria das respostas será utilizado o LockDown Browser. Serão admitidos à avaliação final os estudantes que optem por esta opção, bem como aqueles que não tenham obtido aprovação no regime de avaliação contínua. Nestas, o estudante deverá ter uma classificação mínima de 10 valores. Este elemento será composto por:

a) uma prova escrita e/ou teórica.

4.4.8. Assessment:

The evaluation process includes the following regimes: (i) continuous evaluation or (ii) final evaluation. In any of these schemes, the student will be successful if they have a final grade equal to or greater than 10 points. The continuous assessment model is the one that takes place throughout the class period and reflects a permanent interaction between teacher and student, convergent with the pedagogical model of the IPAM for distance education, as it assumes that assessment methods should be valued throughout the teaching and learning process.

In the ongoing assessment system, formative assessment that will allow monitoring and, if necessary, adjusting the student's path, and the summative assessment that will allow evaluating the acquisition of the CU objectives will be valued. A minimum attendance of 70% in synchronous classes is assumed, as well as a minimum interaction of 70% in

asynchronous activities. This compliance will be verified directly through the LMS analytics tools.

Continuous assessment presupposes three elements:

i) Participation, measured in terms of regular and timely participation in the activities proposed during the class period, as well as compliance with the dates established for carrying out the activities. The student must have a minimum classification of 8 values, accounting for 20% of the final grade.

ii) Intermediate summative assessment, consisting of activities proposed by the teacher throughout the class period. In these, the student must have a minimum classification of 8 values, accounting for 40% of the final grade. This element will consist of:

ii.a) Discussion forum: to foster shared and collaborative knowledge.

iii) Final summative assessment, consisting of activities proposed by the teacher during the assessment period (after the class period). To guarantee reliability and authoritative answers, the LockDownBrowser will be used. In these, the student must have a minimum average classification of 8 values, accounting for 40% of the final grade. This element will consist of:

iii. a) a written and/or theoretical test

iii.b) Group report, where students apply the knowledge learned within the UC, through the construction of a research plan of preferences using neuromarketing techniques.

Finally, the final evaluation regime occurs exclusively after the class period and will focus on all content taught in the CU. To guarantee reliability and authoritative answers, the LockDownBrowser will be used. Students who opt for this option will be admitted to the final assessment, as well as those who have not passed the continuous assessment scheme. In these, the student must have a minimum classification of 10 values. This element will consist of:

a) a written and/or theoretical test;

4.4.9. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

O objectivo desta unidade curricular é o de aprofundar conhecimentos em Neurociência do Consumidor e Neuromarketing, na perspetiva do processo de decisão do consumidor, de forma a desenvolver entendimento amplo sobre a relação entre processos cognitivos, neurais e ação para decisão.

Neste contexto, o objetivo de conhecimento C1, de interpretar o comportamento do consumidor em uma perspetiva neural e C2, de compreender decisões sobre produtos, serviços e marcas numa óptica mais alargada, serão desenvolvidos numa perspetiva mais teórica e expositiva, em conjunto com metodologias que tornem a construção do conhecimento mais atrativa, como ferramentas de simulação, em que a imagem do cérebro é apresentada em 3D e podcasts e webinar promovidos por instituições de estudo científico ao redor do mundo e que são referências no âmbito desta UC.

Relativamente ao desenvolvimento dos objetivos de aptidão AP1, de desenvolver uma estratégia de pesquisa de preferências de consumo com recursos a ferramentas de neuromarketing e AP2, de implementar esta mesma estratégia, serão desenvolvidos por meio de tarefas teórico-práticas, onde a teoria e os casos a serem disponibilizados pelo docente, darão suporte à construção do conhecimento. Para além disto, os estudantes serão estimulados a entrar em contacto com ferramentas de neuromarketing, disponíveis na instituição, como o eye-tracking e o EEG, a fim de perceberem a operacionalização de uma pesquisa deste âmbito.

Por fim, o objetivo AT1 de reconhecer a importância da ética no processo de recolha dos dados e posterior análise, será desenvolvido em toda a unidade curricular, por meio da apresentação de estudos éticos, além de fóruns virtuais onde alguns dilemas serão colocados em discussão, além da apresentação de falácias lógicas.

4.4.9. Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

The objective of this course is to deepen knowledge in Consumer Neuroscience and Neuromarketing, from the perspective of the consumer decision process, to develop a broad understanding of the relationship between cognitive, neural, and action-to-decision processes.

In this context, the objective of knowledge K1, of interpreting consumer behavior in a neural perspective and K2, of understanding decisions about products, services, and brands in a broader perspective, will be developed in a more theoretical and expository perspective, together with methodologies that make the construction of knowledge more attractive, such as simulation tools, in which the brain image is presented in 3D and podcasts and webinars promoted by scientific study institutions around the world and which are references in the scope of this CU.

Regarding the development of AP1 aptitude goals, to develop a research strategy for consumer preferences using neuromarketing tools and AP2, to implement this same strategy, they will be developed through theoretical-practical tasks, where theory and cases to be made available by the professor, will support the construction of knowledge. In addition, students will be encouraged to get in touch with neuromarketing tools, available at the institution, such as eye-tracking and EEG, to understand the operationalization of research in this area.

Finally, the AT1 objective of recognizing the importance of ethics in the process of data collection and subsequent analysis will be developed throughout the course, through the presentation of ethical studies, in addition to virtual forums where some dilemmas will be discussed, besides the presentation of logical fallacies.

4.4.10. Bibliografia de consulta/existência obrigatória e outros recursos de aprendizagem específicos para EaD:

Bakardjieva, E. & Kimmel, A.J. (2017). Neuromarketing Research Practices: Attitudes, Ethics, and Behavioral Intentions. Ethics & Behavior. 27:3, 179-200. <https://doi.org/10.1080/10508422.2016.1162719>

Damáσιο, A. (2012). O Erro de Descartes. Lisboa: Temas e Debates.

Dawkins, R. (2021). O Gene Egoísta. Portugal: Gradiva.

Eagleman, D. (2017). O Cérebro - À Descoberta de Quem Somos. Lisboa: Lua de Papel.

Kotler, P. & Setiawan, I. & Kartajaya, H. (2021) Marketing 5.0: Technology For Humanity. New Jersey: John Wiley.

Lindstrom, M. (2010). Buyology - A Ciência do Neuromarketing. Portugal: Gestão Plus.

Magrini, M. (2019) Livro Cérebro - Manual do Utilizador. Portugal: Desassossego.

Seth, A. (2018) O Cérebro em 30 Segundos. Portugal: Jacarandá Editora.

Stanton, S.J. & Sinnott-Armstrong, W. & Huettel, S.A. (2017). Neuromarketing: Ethical Implications of its Use and

Mapa IV - Marketing de Serviços**4.4.1.1.Designação da unidade curricular:***Marketing de Serviços***4.4.1.1.Title of curricular unit:***Services Marketing***4.4.1.2.Sigla da área científica em que se insere:***MP***4.4.1.3.Duração(1):***Semestral***4.4.1.4.Horas de trabalho(2):***150***4.4.1.5.1Horas de contacto assíncrono a distância(3):***T-28;***4.4.1.5.2Horas de contacto síncrono a distância(3):***TP-23;***4.4.1.5.3Horas de contacto presencial(3):***<sem resposta>***4.4.1.6.ECTS:***6***4.4.1.7.Observações(4):**

Esta UC faz parte das optativas que compõem o Minor C Experiência do Consumidor, junto com a UC de Neuromarketing. Como um conjunto de táticas que ajudam a agregar valor ao serviço ofertado, com o objetivo de convencer o cliente a escolher uma empresa específica assume especial importância neste CE porque é evidente que as habilidades de marketing e gestão de serviços jamais foram tão relevantes, em resposta à transformação global das economias em serviços. Assim, 30% do tempo de trabalho desta UC será para identificar os conceitos, práticas e técnicas de gestão de marketing (C1), 30% para aplicar os aspetos da gestão de organizações no marketing (C2), 20% para identificar métodos e técnicas de marketing para utilização estratégica (AP2) e 20% para decidir uma estratégia para impulsionar o crescimento da empresa

4.4.1.7.Observations:

This course is part of the optional courses that make up the Minor C Consumer Experience, along with the Neuromarketing course. As a set of tactics that help add value to the service offered, to convince the customer to choose a specific company, it assumes special importance in this SC because it is evident that marketing and service management skills have never been more relevant, in response to the global transformation of economies into services. Thus, 30% of the working time of this CU will be to identify the concepts, practices, and techniques of marketing management (C1), 30% to apply aspects of managing organizations in marketing (C2), 20% to identify methods and techniques of marketing for strategic use (AP2) and 20% to decide a strategy to drive the company's growth.

4.4.2.Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular (preencher o nome completo):*Antonino Felício dos Santos de Carvalho; 23 horas***4.4.3.Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:***<sem resposta>***4.4.4.Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o ensino a distância (conhecimentos, aptidões e**

competências a desenvolver pelos estudantes (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

O objetivo essencial desta unidade curricular consiste em desenvolver e apoiar a experiência do consumidor por meio do marketing de serviços, quando de atividades econômicas que não envolvem a posse de um bem, são naturalmente intangíveis e não podem ser dimensionadas, apresentando ações voltadas para conhecer e satisfazer as necessidades e desejos do consumidor, a fim de ganhar sua confiança e lealdade voltadas a conhecer e satisfazer as necessidades e desejos do consumidor, a fim de ganhar sua confiança e lealdade.

Assim são estes os objetivos desta UC:

C1. Analisar processos de interação com o consumidor já existentes numa empresa

C2. Analisar o Processo de Planeamento e Desenvolvimento Estratégico do Marketing de Serviços, bem como os instrumentos que permitem a sua operacionalização

AP1. Medir e controlar processos de interação

AT1. Desenvolver uma estratégia de marketing para serviços, bem como desenvolver o processo de organização e gestão de inovação nos serviços.

4.4.4. Intended learning outcomes and respective compatibility with distance learning (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

The essential objective of this course is to develop and support the consumer experience through the marketing of services, when economic activities that do not involve the possession of a good, are naturally intangible and cannot be scaled, presenting actions aimed at knowing and satisfying the needs and desires of the consumer to earn their trust and loyalty aimed at knowing and satisfying the needs and desires of the consumer to earn their trust and loyalty.

So these are the objectives of this CU:

K1. Analyze consumer interaction processes that already exist in a company

K2. Analyze the Service Marketing Planning and Strategic Development Process, as well as the instruments that allow its operationalization

AP1. Measure and control interaction processes

AT1. Develop a marketing strategy for services, as well as develop the process for organizing and managing innovation in services.

4.4.5. Conteúdos programáticos:

1. Introdução

1.1 Especificidades dos serviços

1.2 Gestão integrada de serviços

1.3 Service encounter

1.4 Servuction e o Blueprint

1.5 Métodos de melhoria contínua de processos de serviço

2. O que é marketing de serviços

2.1 Diferença entre marketing de serviços e o marketing de produto

2.2 7 Ps do marketing de serviços

2.3 Segmentação do público

3. Gestão da interface com o cliente

3.1 Projetando e gestão de processos de serviços

3.2 Equilibrando demanda e capacidade

3.3 Planejando o ambiente de serviço

3.4 Gestão de pessoas para obter vantagem em serviço

4. Novas perspetivas de marketing na economia de serviços

5. Comportamento dos consumidores num contexto de serviços

6. Posicionamento de serviços em mercados competitivos

7. Implementação de estratégias lucrativas de serviço

7.1 Gestão de relacionamentos e desenvolvimento de fidelidade

7.2 Administração de reclamações e recuperação do serviço

7.3 Melhoria da qualidade e da produtividade do serviço

7.4 Busca da liderança em serviços

4.4.5. Syllabus:

1. Introduction

1.1 Specifics of the services

1.2 Integrated service management

1.3 Service encounter

1.4 Servuction and the Blueprint

1.5 Methods of continuous improvement of service processes

2. What is service marketing

2.1 Difference between service marketing and product marketing

2.2 7 Ps of service marketing

2.3 Audience Segmentation

3. Customer interface management

3.1 Designing and managing service processes

3.2 Balancing demand and capacity

3.3 Planning the service environment

3.4 Managing People for Advantage in Service

4. New marketing perspectives in the service economy

5. Consumer behavior in a service context

- 6. Positioning services in competitive markets
- 7. Implementing profitable service strategies
- 7.1 Managing relationships and developing loyalty
- 7.2 Complaint Management and Service Recovery
- 7.3 Improving service quality and productivity
- 7.4 Seeking Service Leadership

4.4.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

De acordo com o objetivo C1, o estudante deve analisar processos de interação com o consumidor já existentes numa empresa e o fará como suporte dos conteúdos 3 e 5. Para analisar o Processo de Planeamento e Desenvolvimento Estratégico do Marketing de Serviços, bem como os instrumentos que permitem a sua operacionalização (C2), o estudante contará com o suporte de todos os conteúdos desta unidade curricular, utilizados transversalmente neste contexto. O mesmo ocorre com o objetivo AT1, no qual o estudante estará apto a desenvolver uma estratégia de marketing para serviços, bem como desenvolver o processo de organização e gestão de inovação nos serviços. Por fim, para que o estudante possa medir e controlar processos de interação, os conteúdos 1, 3 e 7 serão úteis.

4.4.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

According to objective K1, the student must analyze processes of interaction with the consumer that already exist in a company and will do so in support of contents 3 and 5. To analyze the Service Marketing Planning and Strategic Development Process, as well as the instruments that allow its operationalization (K2), the student will have the support of all the contents of this curricular unit, used transversally in this context. The same happens with the AT1 objective, in which the student will be able to develop a marketing strategy for services, as well as develop the process of organization and management of innovation in services. Finally, for the student to measure and control interaction processes, contents 1, 3, and 7 will be useful.

4.4.7. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico (com indicação do número de estudantes por turma/grupo para as tipologias de horas de contacto relevantes, e com referência aos meios materiais e tecnológicos utilizados em cada tipologia):

O modelo pedagógico que dá suporte ao CE online é composto, neste contexto, por 5 etapas que esta UC ajuda a cumprir. Neste contexto, serão utilizadas metodologias ora ativas ora integrativas e formativas. Na etapa I serão utilizadas tutoriais em vídeo. Serão dispostas metodologias que permitam não somente a socialização do estudante, como também garantir a segurança e os recursos de que ele precisa para construir o conhecimento no ensino a distância, que cumprirão da etapa II a IV, por meio de uma postura mais ativa do docente que culmina com o papel de e-moderador em atividades colaborativas e integradoras, fóruns de discussão e leituras de obras científicas no repositório virtual. O estudante já se prepara para a etapa V, a etapa avaliativa.

De forma mais específica, as aulas assíncronas contarão com aulas gravadas em que o docente apresenta conceitos, mas também casos de estudo e dilemas para reflexão, no contexto de uma empresa e sua equipa.

No que diz respeito ao trabalho autónomo, os estudantes realizarão estudos sobre novos modelos de negócios, com base em serviços, que surgiram como resposta ao contexto em que estamos a vivenciar, bem como as estratégias de marketing que utilizam.

Já nas aulas síncronas, esta UC contará com e-atividades que dinamizem a forma de aprender. A aula digital será um recurso de suporte, mas o foco serão as atividades resultante do trabalho autónomo do aluno, realizado anteriormente.

4.4.7. Specific teaching methodologies of the curricular unit and their link with the pedagogical model (point out the number of students per class/group to the types of relevant contact hours, with reference to the material and technological facilities used in each typology):

The pedagogical model that supports the SC online is composed, in this context, of 5 stages that this CU helps to fulfill. In this context, either active or integrative and formative methodologies will be used. In step I, video tutorials will be used. Methodologies will be available that not only allow the student's socialization but also guarantee the security and the resources they need to build knowledge in distance education, which will fulfill from stage II to IV, through a more active posture of the teacher which culminates in the role of e-moderator in collaborative and integrative activities, discussion forums and readings of scientific works in the virtual repository. The student is already preparing for step V, the evaluative step.

More specifically, asynchronous classes will feature recorded classes in which the teacher presents concepts, but also case studies and dilemmas for reflection, in the context of a company and its team. Discussion forums on collaborative platforms, where the teacher launches a debate with a view to concrete solutions, also encourage students to identify areas where they can improve, in the sense of the well-being of those who work in the organization, without ceasing to contribute to effectiveness and efficiency.

About autonomous work, students will carry out studies on new business models, based on services, that emerged as a response to the context in which we are living, as well as the marketing strategies they use.

In synchronous classes, this CU will feature e-activities that streamline the way of learning. The digital class will be a support resource, but the focus will be activities resulting from the autonomous work of the student, carried out previously.

4.4.8. Avaliação:

O processo de avaliação contempla os seguintes regimes: (i) avaliação contínua ou (ii) avaliação final. Em qualquer destes regimes, o estudante obterá aproveitamento se tiver classificação final igual ou superior a 10 valores. O modelo de avaliação contínua é aquele que decorre ao longo do período de aulas e reflete uma permanente interação entre docente e estudante, convergente com o modelo pedagógico do IPAM para o EaD, pois assume que os métodos de avaliação devem ser valorizados ao longo do processo de ensino e aprendizagem.

No regime de avaliação contínua será valorizada a avaliação formativa que permitirá acompanhar e, se necessário, ajustar o percurso do estudante, e a avaliação sumativa que permitirá avaliar a aquisição dos objetivos da UC. Assume-se uma assiduidade mínima de 70% nas aulas síncronas, bem como uma interação mínima de 70% com as atividades assíncronas. Este cumprimento será verificado diretamente através das ferramentas analytics do LMS. A avaliação contínua pressupõe três elementos:

i) Participação, medida em função da sua participação regular e em tempo útil nas atividades propostas no período de aulas, assim como do cumprimento das datas estabelecidas para a realização das atividades. O estudante deverá ter uma classificação mínima de 8 valores, contabilizando 20% da nota final.

ii) Avaliação sumativa intermédia, composta por atividades propostas pelo docente ao longo do período de aulas. Nestas, o estudante deverá ter uma classificação mínima de 8 valores, contabilizando 40% da nota final. Este elemento será composto por:

ii.a) Fórum de discussão em plataformas colaborativas, onde o docente lança um debate com vistas a soluções concretas.

ii.b) Avaliação sumativa final, composta por atividades propostas pelo docente no decorrer da época de avaliação (após o período de aulas). De forma a garantir a fiabilidade e autoria das respostas será utilizado o LockDown Browser. Nestas, o estudante deverá ter uma classificação mínima média de 8 valores, contabilizando 40% da nota final. Este elemento será composto por:

iii.a) uma prova escrita e/ou teórica

iii.b) Report que apresenta o desenvolvimento de uma estratégia de marketing de serviços elaborada para uma empresa num contexto real.

Por último, o regime de avaliação final ocorre exclusivamente após o período de aulas e incidirá sobre todos os conteúdos lecionados na UC. De forma a garantir a fiabilidade e autoria das respostas será utilizado o LockDown Browser. Serão admitidos à avaliação final os estudantes que optem por esta opção, bem como aqueles que não tenham obtido aprovação no regime de avaliação contínua. Nestas, o estudante deverá ter uma classificação mínima de 10 valores. Este elemento será composto por:

a) uma prova escrita e/ou teórica.

4.4.8. Assessment:

The evaluation process includes the following regimes: (i) continuous evaluation or (ii) final evaluation. In any of these schemes, the student will be successful if they have a final grade equal to or greater than 10 points. The continuous assessment model is the one that takes place throughout the class period and reflects a permanent interaction between teacher and student, convergent with the pedagogical model of the IPAM for distance education, as it assumes that assessment methods should be valued throughout the teaching and learning process.

In the ongoing assessment system, formative assessment that will allow monitoring and, if necessary, adjusting the student's path, and the summative assessment that will allow evaluating the acquisition of the CU objectives will be valued. A minimum attendance of 70% in synchronous classes is assumed, as well as a minimum interaction of 70% in asynchronous activities. This compliance will be verified directly through the LMS analytics tools.

Continuous assessment presupposes three elements:

i) Participation, measured in terms of regular and timely participation in the activities proposed during the class period, as well as compliance with the dates established for carrying out the activities. The student must have a minimum classification of 8 values, accounting for 20% of the final grade.

ii) Intermediate summative assessment, consisting of activities proposed by the teacher throughout the class period. In these, the student must have a minimum classification of 8 values, accounting for 40% of the final grade. This element will consist of:

ii.a) Discussion forum on collaborative platforms, where the teacher launches a debate with a view to concrete solutions.

ii.b) Final summative assessment, consisting of activities proposed by the teacher during the assessment period (after the class period). To guarantee reliability and authoritative answers, the LockDownBrowser will be used. In these, the student must have a minimum average classification of 8 values, accounting for 40% of the final grade. This element will consist of:

iii. a) a written and/or theoretical test

iii.b) Report that presents the development of a service marketing strategy designed for a company in a real context.

Finally, the final evaluation regime occurs exclusively after the class period and will focus on all content taught in the CU. To guarantee reliability and authoritative answers, the LockDownBrowser will be used. Students who opt for this option will be admitted to the final assessment, as well as those who have not passed the continuous assessment scheme. In these, the student must have a minimum classification of 10 values. This element will consist of:

a) a written and/or theoretical test;

4.4.9. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

O setor de serviços domina a economia mundial em expansão como nunca se viu, e nada permanece estático. A tecnologia continua a evoluir de modo crítico. Setores bem estabelecidos declinam e podem até desaparecer à medida que surgem novos modelos de negócios. A competição é intensa e as empresas frequentemente empregam novas estratégias e táticas em resposta a necessidades, expectativas e comportamentos em constante mutação.

Neste contexto, a discussão proveniente de uma análise acurada da realidade empresarial e dos novos negócios que se apresentam na atualidade, devem vir acompanhadas de metodologias que permitam a exposição de conteúdos, na construção e consolidação de conhecimentos. A execução de e-atividades assumirá, aqui, o papel de consolidação de conhecimento, por meio de fóruns virtuais, discussões em ambientes colaborativos e dialogação crítica quando o estudante irá deparar-se com casos reais trazidos por empresas ao ambiente de aprendizagem

Os objetivos de conhecimento C1 - analisar processos de interação com o consumidor já existentes numa empresa e C2 - analisar o Processo de Planeamento e Desenvolvimento Estratégico do Marketing de Serviços, bem como os instrumentos que permitem a sua operacionalização – vão de encontro a estas metodologias.

Os alunos também assumirão um papel ativo no ensino aprendizagem, quando, através da leitura de obras disponibilizadas no repositório virtual pelo docente, irão construir um report que conterà o desenvolvimento de uma

estratégia de marketing de serviços e, assim, alcançarão os objetivos AP1 – Medir e controlar processos de interação - e AT1 - Desenvolver uma estratégia de marketing para serviços, bem como desenvolver o processo de organização e gestão de inovação nos serviços.

4.4.9.Evidence of the coherence between the teaching methodologies and the intended learning outcomes:

The services sector dominates the expanding world economy as never before, and nothing remains static. Technology continues to evolve critically. Well-established industries decline and may even disappear as new business models emerge. Competition is intense, and companies often employ new strategies and tactics in response to changing needs, expectations, and behaviors.

In this context, the discussion arising from an accurate analysis of the business reality and of the new businesses that present themselves today must be accompanied by methodologies that allow the exposure of contents, in the construction and consolidation of knowledge. The execution of e-activities will assume, here, the role of knowledge consolidation, through virtual forums, discussions in collaborative environments, and critical dialogue when the student will come across real cases brought by companies to the learning environment

Knowledge objectives K1 - analyze consumer interaction processes that already exist in a company and K2 - analyze the Service Marketing Planning and Strategic Development Process, as well as the instruments that allow its operationalization - are in line with these methodologies.

Students will also take an active role in teaching and learning, when, by reading the works made available in the virtual repository by the teacher, they will build a report that will contain the development of a service marketing strategy and, thus, they will achieve the objectives AP1 - Measure and control interaction processes - and AT1 - Develop a marketing strategy for services, as well as develop the process of organizing and managing innovation in services.

4.4.10.Bibliografia de consulta/existência obrigatória e outros recursos de aprendizagem específicos para EaD:

Caon, M. & Corrêa, H.L. (2002) Gestão de Serviços: Lucratividade por Meio de Operações e de Satisfação dos Clientes. São Paulo: Atlas.

Las Casas, A.L. & Las Casas, J.L.L. (2019). Marketing de Serviços - Como criar valores e experiências positivas aos clientes. São Paulo: Atlas.

Gronröos, C. (2007). Service Management and Marketing: Customer Management in Service Competition. New Jersey: John Wiley. Marketing de Serviços. São Paulo: Atlas.

Lovelock, C. Jochen, C. (2016). Services Marketing: people, technology, strategy. Sinapura: World Scientific.

Zeithaml, V. Bitner, M. Gremler, D. (2017). Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm. New York: MacGraw-Hill Education.

4.5. Metodologias de ensino e aprendizagem

4.5.1.Modelo pedagógico que constitui o referencial para a organização do processo de ensino e aprendizagem a distância das unidades curriculares:

O consórcio IPAM Lisboa-Porto preconiza o EaD de uma forma estruturante e estratégica, e não focado de forma avulso no presente CE. A definição da prioridade estratégica EaD determinou o reforço dos seus quadros por profissionais com experiência nesta modalidade de ensino, permitindo a definição do Learn@Flex enquanto modelo académico específico para o EaD de uma forma holística e estruturante para o consórcio (ver <https://www.ipam.pt/hubfs/IPAM-SITE/regulamentacao/ProjetoAcademicoEaD.pdf>).

O modelo pedagógico Learn@Flex do consórcio IPAM Lisboa-Porto integra o modelo das cinco etapas de ensino e aprendizagem online de Salmon (2013), onde destaca como elementos essenciais os participantes, os e-moderadores e as e-atividades. Assume-se, desta forma, a centralidade da criação de comunidades de aprendizagem (CoA) no modelo de ensino e aprendizagem a distância adotado pelas instituições. Neste processo de criação de CoA, o estudante é convidado a participar, experienciar e construir colaborativamente o conhecimento, sendo mediado pelo docente, que assume o papel de e-moderador, e facilitado pelo uso de tecnologias digitais adequadas, principalmente de um Learning Management System (LMS).

O modelo das cinco etapas de ensino e aprendizagem online pressupõe: (i) Acesso e Motivação, (ii) Socialização Online, (iii) Troca de Informação, (iv) Construção de Conhecimento e (v) Desenvolvimento. É necessário que ao longo de uma unidade curricular os estudantes consigam progredir pelas cinco etapas do modelo. Para tal, é necessário que as instruções de trabalho e interação em grupo sejam claras e estejam identificadas, as e-atividades sejam adequadas à natureza dos objetivos de aprendizagem e que promovam a interação entre os participantes, exista apoio técnico apropriado, e exista feedback dos e-moderadores de forma a motivarem e orientarem os participantes para a aprendizagem. Considera-se que as etapas de troca de informação, construção do conhecimento e desenvolvimento são mais construtivas e produtivas para todos os estudantes se estes tiverem anteriormente motivados para a área do conhecimento em particular e se já tiverem interagido online, entre si.

Etapa I. Acesso e Motivação.

Nesta etapa são fornecidos aos estudantes acessos aos conteúdos da unidade curricular através do LMS.

Considerando que as e-atividades devem estar de acordo com as necessidades e competências dos estudantes, bem como a etapa em que se encontram, na etapa I (Acesso e Motivação) é necessário garantir que os estudantes têm acesso à plataforma e adquirem a capacidade de aprender com os outros participantes, à distância. Desta forma, as e-atividades da etapa I devem requerer a utilização do LMS, sendo recomendadas e-atividades que sejam rapidamente alcançadas, oferecendo prática na utilização da tecnologia. Sobretudo nesta etapa inicial, os e-moderadores poderão ter de oferecer apoio individual assegurando que os estudantes estão confiantes na aprendizagem online.

Etapa II. Socialização Online.

Na etapa II os estudantes deverão estabelecer a sua presença online e interagir com outros estudantes. É nesta etapa que os estudantes começam a compreender os benefícios e as exigências de trabalhar em grupo e/ou em ambiente online. As e-atividades devem ser ativas e interativas, permitindo que os estudantes se relacionem entre si e formem grupos de trabalho eficazes.

Etapa III. Troca de Informação.

Na etapa III deve existir uma troca de informação mútua entre estudantes, numa possível forma de cooperação em que cada estudante apoia os objetivos de outros estudantes. Nesta etapa, os estudantes podem começar a sentir-se capacitados para pesquisar e avaliar informação. As e-atividades devem começar a ser mais difíceis e exigentes, contendo uma tarefa e um foco de ação muito específico. Devem ser utilizadas de forma a que os estudantes transmitam informações uns aos outros. Nesta etapa, deve ser explicado aos estudantes como fornecer feedback a outros estudantes assente num espírito crítico. A etapa III é concluída quando os estudantes conseguirem encontrar, contribuir e trocar informações de forma eficaz e autónoma.

Etapa IV. Construção do Conhecimento.

Na etapa IV desenvolvem-se discussões e atividades de grupo entre os estudantes e a sua interação torna-se mais complexa, interativa e orientada para a equipa. Nesta etapa inicia-se igualmente a construção do conhecimento. Os estudantes devem demonstrar autonomia no desenvolvimento de competências, deixando de ser apenas recetores ou transmissores de informação, mostrando-se capazes de resolver tarefas complexas. Assim sendo, as e-atividades devem ter como objetivo o desenvolvimento do conhecimento, visando a promoção de processos de reflexão e interação online com os outros.

Etapa V. Desenvolvimento.

Por último, na etapa V, os participantes estão absolutamente confortáveis para trabalhar a distância, e desenvolvem uma capacidade elevada de explorar informação e construir o seu próprio conhecimento. Nesta fase geralmente os estudantes sentem-se bastante confiantes e são pró-ativos na concretização dos seus próprios objetivos. O foco do processo de ensino-aprendizagem reside na avaliação. Nesta etapa, os estudantes tornam-se responsáveis pela sua própria aprendizagem e pela aprendizagem do seu grupo. Devem desenvolver ideias adquiridas através das quatro etapas iniciais das e-atividades e a aplicá-las aos seus contextos individuais. As e-atividades devem ser desenvolvidas de forma a permitir a crítica, a reflexão, a avaliação e a aplicação. Todo o conteúdo do curso deverá estar disponível aos estudantes, para que estes consigam rever a sua aprendizagem e decidir como a irão utilizar no futuro.

As atividades que dão corpo ao ensino a distância podem ser conduzidas de forma síncrona ou assíncrona. Como atividades de natureza formativa síncrona podemos ter aula virtual, sessão de tutoria e laboratório virtual. Já as atividades de natureza formativa assíncrona podem ser video-lição, artigo/obra científica, video-screencast (com ou sem recurso ao powerpoint), livro digital, simulação, podcast, fórum virtual e imersão profissional. Ainda há atividades caracterizadas pela sua natureza avaliativa, que podem ser definidas como case-study, quiz, trabalho, apresentação oral e prova de avaliação.

Com o objetivo de implementar o modelo pedagógico Learn@Flex, foi criado em 2020 o Laboratório de Educação Digital composto por uma equipa multidisciplinar com learning architects, produtores, técnicos de audiovisual, designers gráficos e técnicos de pós-produção com o objetivo de produzir conteúdos educativos digitais. Estes conteúdos visam potenciar o trabalho dos docentes e melhorar a experiência de aprendizagem digital dos estudantes. O LED tem permitido ao IPAM Lisboa e IPAM Porto acumular uma experiência relevante no EaD através da oferta formativa não conferente de grau, tanto em pós-graduações como cursos de especialização.

Atualmente, entre os 21 programas não conferentes de grau oferecidos, em 43 edições diferentes, foram lecionadas cerca de 850 aulas na modalidade à distância, com produção de cerca de 1.800 conteúdos de aprendizagem digital pelo Laboratório de Educação Digital, tendo sido formados cerca de 800 estudantes. Este modelo pedagógico Learn@Flex é adequadamente materializado num espaço de cerca de 500 m². A parceria com a Universidade Aberta, uma IES pública com mais de 30 anos de experiência no ensino a distância, vem garantir a formação e a qualidade pedagógica do corpo docente no IPAM Lisboa e IPAM Porto, tal como disposto pelo Decreto-Lei 133/2019.

4.5.1. Reference pedagogic model for distance education and learning curricular units:

The IPAM Lisbon-Porto consortium advocates EaD in a structuring and strategic way, and not in a fragmented way, in the present Course. The definition of the strategic priority EaD has determined the reinforcement of its staff by professionals with experience in this type of education, allowing the definition of Learn@Flex as a specific academic model for EaD in a holistic and structuring way for the consortium (see <https://www.ipam.pt/hubfs/IPAM-SITE/regulamentacao/ProjetoAcademicoEaD.pdf>).

The Learn@Flex pedagogic model of the IPAM Lisbon-Porto consortium integrates the five stages model of online teaching and learning of Salmon (2013), where it highlights as essential elements the participants, the e-moderators and the e-activities. Thus, it is assumed the centrality of the creation of learning communities (LC) in the distance teaching and learning model adopted by the institutions. In this process of LC creation, the student is invited to participate, experience and collaboratively build knowledge, being mediated by the teacher, who assumes the role of e-moderator, and facilitated by the use of appropriate digital technologies, mainly a Learning Management System (LMS).

The five stages model of online teaching and learning presupposes: (i) Access and Motivation, (ii) Online Socialisation, (iii) Information Exchange, (iv) Knowledge Construction and (v) Development. It is necessary that throughout a curricular unit, students are able to progress through the five stages of the model. This requires that instructions for group work and interaction are clear and identified, that e-activities are appropriate to the nature of the learning objectives and promote interaction between participants, that appropriate technical support is available, and that feedback from e-moderators is available to motivate and guide participants towards learning. The stages of information exchange, knowledge construction and development are more constructive and productive for all learners if they have previously been motivated towards the knowledge area and have already interacted online with each other.

Stage I. Access and Motivation.

In this stage students are provided with access to the curricular unit contents through the LMS. Considering that the e-activities should be according to the students' needs and competences, as well as to the stage they are in, in stage I (Access and Motivation) it is necessary to ensure that students have access to the platform and acquire the ability to

learn with other participants, at a distance. Thus, the e-activities of stage I should require the use of the LMS, and e-activities that are quickly achieved are recommended, offering practice in the use of the technology. Particularly at this early stage, e-moderators may need to offer individual support ensuring that students are confident in online learning.

Stage II. Online Socialising.

In stage II students should establish their online presence and interact with other students. It is at this stage that students begin to understand the benefits and requirements of working in a group and/or online environment. E-activities should be active and interactive, allowing students to relate to each other and form effective working groups.

Stage III. Exchange of Information.

In stage III there should be a mutual exchange of information between students, in a possible form of cooperation in which each student supports the goals of other students. At this stage, students can begin to feel empowered to research and evaluate information. E-activities should start to be more difficult and demanding, containing a very specific task and action focus. They should be used in such a way that students pass on information to each other. At this stage, students should be explained how to provide feedback to other students based on critical thinking. Stage III is completed when students are able to find, contribute and exchange information effectively and autonomously.

Stage IV. Knowledge Construction.

In stage IV group discussions and activities develop between students and their interaction becomes more complex, interactive and team-oriented. In this stage the construction of knowledge also begins. Students should demonstrate autonomy in the development of competences, no longer being only receivers or transmitters of information, but being able to solve complex tasks. Therefore, e-activities should aim at the development of knowledge, aiming at the promotion of reflection processes and online interaction with others.

Stage V. Development.

Finally, in stage V, participants are absolutely comfortable working at a distance, and develop a high capacity to explore information and build their own knowledge. At this stage students generally feel quite confident and are proactive in achieving their own goals. The focus of the teaching-learning process is on assessment. At this stage the students become responsible for their own learning and the learning of their group. They should develop ideas acquired through the four initial stages of the e-activities and apply them to their individual contexts. The e-activities should be developed in a way that allows for criticism, reflection, evaluation and application. All course content should be available to students so that they can review their learning and decide how they will use it in the future.

The activities that embody distance learning may be conducted synchronously or asynchronously. Synchronous formative activities include virtual classes, tutorial sessions and virtual laboratories. Asynchronous formative activities can be video-lesson, scientific article/work, video-screencast (with or without the use of powerpoint), digital book, simulation, podcast, virtual forum and professional immersion. There are also activities characterised by their evaluative nature, which may be defined as case-study, quiz, assignment, oral presentation and evaluation test.

In order to implement the Learn@Flex pedagogical model, the Digital Education Lab was created in 2020, composed of a multidisciplinary team with learning architects, producers, audiovisual technicians, graphic designers and post-production technicians with the aim of producing digital educational content. These contents aim to enhance the teachers' work and improve the students' digital learning experience. The Learn@Flex pedagogical model is properly materialized in a space of about 500 m², and a rigorously defined production process with more than X hours of different outputs.

The LED has allowed IPAM Lisbon and IPAM Porto to accumulate a relevant experience in EaD through the non-degree formative offer, both in postgraduations and specialization courses.

Currently, among the 21 non-degree programmes offered, in 43 different editions, about 850 distance learning classes have been taught, with the production of about 1,800 digital learning contents by the Digital Education Lab, having trained about 800 students. This Learn@Flex pedagogical model is properly materialised in a space of about 500 m². The partnership with Universidade Aberta, a public HEI with over 30 years of experience in distance learning, comes to guarantee the training and pedagogical quality of the teaching staff at IPAM Lisbon and IPAM Porto, as provided by Decree-Law 133/2019.

4.5.1.1. Anexos do modelo pedagógico (PDF, máx. 500kB):

<sem resposta>

4.5.2. Adequação e articulação das metodologias de ensino a distância aos objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências) definidos para o ciclo de estudos:

No modelo pedagógico para o EaD existem quatro metodologias de ensino com correspondência a atividades formativas específicas. São elas: (i) expositiva, cujas atividades podem enquadrar-se em: aula virtual, vídeo-lição, artigo/obra científica, sessão de tutoria, vídeo-screencast, livro digital e podcast; (ii) demonstrativa, cujas atividades podem enquadrar-se em: vídeo-screencast, livro digital, simulação, imersão profissional e ferramenta digital; (iii) ativa, cujas atividades podem enquadrar-se em: sessão de tutoria, livro digital, simulação, imersão profissional, fórum virtual e podcast; e (iii) interrogativa, cujas atividades podem enquadrar-se em: sessão de tutoria e fórum virtual. Assim, se os objetivos de aprendizagem forem do plano (i) dos conhecimentos, poderá adequar-se metodologias expositivas; (ii)

das aptidões, poderá adequar-se metodologias demonstrativas e ativas; e (iii) das atitudes, poderá adequar-se metodologias interrogativas, demonstrativas e ativas.

4.5.2.Evidence of the teaching and learning methodologies coherence with the intended learning outcomes of the study programme:

In the pedagogical model for Distance Education there are four teaching methodologies with correspondence to specific formative activities. These are: (i) expository, whose activities can fit into: virtual class, video-lesson, scientific article/work, tutorial session, video-screencast, digital book and podcast; (ii) demonstrative, whose activities can fit into: video-screencast, digital book, simulation, professional immersion, and digital tool; (iii) active, whose activities can frame: tutoring session, digital book, simulation, professional immersion, virtual forum, and podcast; and (iii) interrogative, whose activities can frame: tutoring session and virtual forum. Thus, if the learning objectives are (i) knowledge, expository methodologies may be appropriate; (ii) skills, demonstrative and active methodologies may be appropriate; and (iii) attitudes, interrogative, demonstrative and active methodologies may be appropriate.

4.5.3.Identificação das formas de garantia da justeza, fiabilidade e acessibilidade das metodologias e dos processos de avaliação:

Estes pressupostos são garantidos através das seguintes ferramentas integradas no LMS: (i) o LockDown Browser é um browser de internet que bloqueia o desktop; (ii) o Respondus Monitor é uma aplicação que monitoriza o comportamento do estudante à distância, e o (iii) o Safe Assign permite detetar correspondências entre um trabalho submetido por um estudante e o conteúdo de uma qualquer fonte disponível na internet. Estas aplicações são já utilizadas em inúmeras instituições de referência internacional no ensino conferente de grau à distância. De forma a garantir as questões de privacidade e proteção de dados, existiu uma análise e intervenção do Data Protection Officer designado pela Ensilis, da qual resultou: (i) a definição de orientações para corpo docente para utilização das ferramentas e (ii) a elaboração do documento de Política de Privacidade para Avaliação a Distância (<https://www.ipam.pt/lisboa/politica-de-privacidade>).

4.5.3.Means for ensuring the fairness, reliability, and accessibility of assessment methodologies and processes:

These assumptions are ensured through the following tools integrated into the LMS: (i) LockDown Browser is an internet browser that blocks the desktop; (ii) Respondus Monitor is an application that monitors distance student behavior, and (iii) Safe Assign allows detecting matches between an assignment submitted by a student and the content of any source available on the internet. These applications are already used in many leading international distance learning institutions. In order to guarantee privacy and data protection issues, there was an analysis and intervention by the Data Protection Officer appointed by Ensilis, which resulted in: (i) the definition of guidelines for faculty for the use of the tools and (ii) the elaboration of the Privacy Policy document for Distance Assessment (<https://www.ipam.pt/lisboa/politica-de-privacidade>).

4.5.4.Formas de garantia de que a avaliação da aprendizagem dos estudantes será feita em função dos objetivos de aprendizagem da unidade curricular:

O modelo pedagógico para o EaD determina que, em objetivos de aprendizagem do tipo de: (i) conhecimentos, apliquem-se as atividades avaliativas de teste escrito, apresentação oral, quiz, trabalho; (ii) aptidões, apliquem-se as atividades avaliativas de prova prática, case-study e projeto; e (iii) atitudes, apliquem-se as atividades avaliativas de prova prática, apresentação oral e projeto. Cada PUC descreve esta interação em particular. Existem ainda outros instrumentos para avaliar esta convergência, tais como os questionários de avaliação de docência respondidos anonimamente pelos estudantes, os relatórios de UC entregues por cada docente no final do semestre, as reuniões entre os coordenadores e os delegados, e as reuniões de início, meio e fim do semestre letivo entre a coordenação de curso e os docentes. Por último, a ferramenta "Performance Dashboards" fornece dados que permite cruzar a metodologia de avaliação com os objetivos de aprendizagem.

4.5.4.Means of ensuring that the students assessment methodologies are adequate to the intended learning outcomes of the curricular unit:

The pedagogical model for Distance Education determines that, in learning objectives of the type of: (i) knowledge, the evaluative activities of written test, oral presentation, quiz, assignment apply; (ii) skills, the evaluative activities of practical test, case-study and project apply; and (iii) attitudes, the evaluative activities of practical test, oral presentation and project apply. Each Course Plan describes this interaction in particular. There are also other instruments to assess this convergence, such as the teaching assessment questionnaires answered anonymously by students, the UC reports delivered by each faculty member at the end of the semester, the meetings between coordinators and delegates, and the meetings at the beginning, middle, and end of the academic semester between the course coordinator and faculty members. Finally, the "Performance Dashboards" tool provides data that allows cross-referencing the assessment methodology with the learning objectives.

4.5.5.Demonstração da existência de mecanismos de acompanhamento do sucesso académico dos estudantes:

Para cada UC é disponibilizado: i) calendário com aulas síncronas e datas das entregas, ii) fóruns, iii) separadores para acesso às sessões e aos materiais, e iv) separador para entrega dos elementos de avaliação. São disponibilizadas no LMS as ferramentas que permitem: i) identificar as áreas de conteúdo com maior frequência de utilização, ii) dar acesso a cada estudante às notas dos elementos de avaliação, iii) fornecer informação ao docente sobre o sucesso académico e utilização de cada estudante, e iv) identificar os estudantes que estão em risco de reprovação. Por último, existe uma equipa de "gestores de experiência do estudante" e um número substancial de aulas de orientação tutorial nas UCs que permite o acompanhamento do estudante durante todo o programa de estudos, e o apoio na resolução de dúvidas e no sucesso académico.

4.5.5. Mechanisms for monitoring the students' academic success:

For each CU it is provided: i) calendar with synchronous classes and delivery dates, ii) forums, iii) tabs for access to sessions and materials, and iv) tab for delivery of assessment elements. Tools are available in the LMS that allow: i) identification of the content areas with the highest frequency of use, ii) give each student access to the grades of the elements of evaluation, iii) provide information to the teacher on the academic success and use of each student, and iv) identify students who are at risk of failing. Finally, there is a team of "student experience managers" and a substantial number of tutorial classes in the CUs that allow for the monitoring of the student throughout the program of study, and support in resolving doubts and academic success.

4.5.6. Metodologias de ensino previstas com vista a facilitar a participação dos estudantes em atividades científicas (quando aplicável):

O modelo académico assume a investigação como um elemento essencial, materializando-se no desenvolvimento de competências que tornam os estudantes capazes de construir conhecimento, argumentar e tomar decisões de forma crítica e informada, com base em metodologias e fundamentos científicos. Para tal, e quando adequada, são integradas no plano de estudos, unidades curriculares tais como Metodologia de Investigação, Estatística e Projeto Final, que visam alocar horas de trabalho aos estudantes nesta dimensão. Para além disso, metodologias pedagógicas também procuram desenvolver competências de investigação, como é o Research-Based Learning, em que há uma experiência de desenvolvimento de projeto de investigação, envolvendo a identificação de um problema, o processo de pesquisa bibliográfica, a definição de métodos de recolha e análise de dados, a síntese e integração de conhecimentos científicos, a disseminação da informação através da escrita e da comunicação oral.

4.5.6. Teaching methodologies that promote the participation of students in scientific activities (as applicable):

The academic model assumes research as an essential element, materializing in the development of skills that make students able to build knowledge, argue and make decisions in a critical and informed way, based on scientific methodologies and foundations. To this end, and when appropriate, curricular units such as Research Methodology, Statistics and Final Project, which aim to allocate hours of work to students in this dimension, are integrated into the study plan. In addition, pedagogical methodologies also seek to develop research skills, such as Research-Based Learning, in which there is a research project development experience, involving the identification of a problem, literature search process, definition of data collection and analysis methods, synthesis and integration of scientific knowledge, dissemination of information through writing and oral communication.

4.6. Fundamentação do número total de créditos ECTS do ciclo de estudos

4.6.1. Fundamentação do número total de créditos ECTS e da duração do ciclo de estudos, com base no determinado nos artigos 8.º ou 9.º (1.º ciclo), 18.º (2.º ciclo), 19.º (mestrado integrado) e 31.º (3.º ciclo) do Decreto-Lei n.º 74/2006, de 24 de março, alterado pelo Decreto-Lei 65/2018, de 16 de agosto:

O Artigo 9º do Decreto-Lei n.º 65/2018 estabelece que o Ciclo de Estudos de Licenciatura tem entre 180 e 240 créditos em ECTS, em respeito pelo número de semestres letivos adotado. Nesta conformidade, a duração considerada conveniente pela UE para o CE da Licenciatura foi de 6 semestres curriculares (180 créditos ECTS), considerando que esta duração tem sido a prática comum de instituições de referência europeia (de acordo com o n.º 2 do Artigo 9º do DL 65/2018), conforme se poderá avaliar no ponto 10.1. Entendeu-se também que este modelo poderá desenvolver convenientemente as competências próprias de um diplomado com o grau de licenciado (Artigo 5º do DL n.º 65/2018) e que assegurará uma formação superior de qualidade, ajustada às reais necessidades do país.

4.6.1. Justification of the total number of ECTS credits and of the duration of the study programme, based on articles 8 or 9 (1st cycle), 18 (2nd cycle), 19 (integrated master) and 31 (3rd cycle) of DL no. 74/2006, of March 24, republished by DL no. 65/2018, of August 16:

Article 9 of Decree-Law 65/2018 establishes that the Undergraduate Degree Cycle has between 180 and 240 credits in ECTS, in respect to the number of teaching semesters adopted. Accordingly, the duration considered convenient by the EU for the Undergraduate EC was 6 curricular semesters (180 ECTS credits), considering that this duration has been the common practice of European reference institutions (according to Article 9.2 of DL 65/2018), as can be seen in point 10.1. It was also understood that this model will be able to conveniently develop the competences of a graduate (Article 5 of DL 65/2018) and that it will ensure quality higher education adjusted to the real needs of the country.

4.6.2. Forma como os docentes foram consultados sobre a metodologia de cálculo do número de créditos ECTS das unidades curriculares:

No âmbito do sistema interno de garantia da qualidade e da promoção da inovação académica, tanto os estudantes como os docentes avaliam a carga de trabalho alocada a cada unidade curricular através de questionários com periodicidade semestral. Por exemplo, no momento de conceção do curso, são considerados os contributos do conselho científico, coordenador de curso e docentes que, em reuniões prévias de projeção, se pronunciam quanto à definição de conhecimentos e aptidões essenciais para as diversas áreas e respetivas cargas horárias (horas de contacto e de trabalho total) para cada UC, assegurando que a distribuição de ECTS seja o mais possível coincidente com a realidade. A revisão e possíveis reajustamentos/correções aos créditos em ECTS e/ou aos resultados de aprendizagem são implementados de acordo com a análise efetuada pela comissão de avaliação da qualidade do curso, o feedback recebido e o enquadramento legal existente.

4.6.2. Process used to consult the teaching staff about the methodology for calculating the number of ECTS credits of the curricular units:

Under the internal quality assurance system and the promotion of academic innovation, both students and teachers evaluate the workload allocated to each course unit through questionnaires every semester. For example, when the course is being designed, the scientific council, course coordinator and teaching staff are considered for their contributions, who, in previous projection meetings, give their opinion on the definition of knowledge and essential skills for the various areas and respective workloads (contact hours and total workload) for each course, ensuring that the distribution of ECTS coincides as much as possible with reality. The review and possible readjustments/corrections to ECTS credits and/or learning outcomes are implemented according to the analysis made by the course quality assessment committee, the feedback received and the existing legal framework.

4.7. Observações

4.7. Observações:

O plano de estudos que se propõe cumpre, por um lado, os requisitos legais em vigor; por outro, está adequado às melhores práticas internacionais na modalidade de EaD. Concretamente: (i) é suportado num modelo pedagógico específico para a modalidade de EaD que operacionaliza a convergência entre as prioridades XXI Governo Constitucional descritas no DL 133/2019, e o posicionamento e objetivos da Instituição para o EaD. Este modelo, importado de uma IES estrangeira parceira, viu ser-lhe reconhecida a excelência em 2012 com o “Premio de calidad” da Laureate International Universities e em 2018 com o “International E-learning Awards” (IELA 2018). (ii) O presente modelo pedagógico congrega uma harmonia identificada entre objetivos de aprendizagem (do CE e das UCs), metodologias de ensino, e atividades formativas e avaliativas. É assente numa filosofia de “flipped classroom”, em que se transfere parte do processo de aprendizagem para fora da “sala de aula”. A estratégia de contacto é diversificada: contém tanto horas assíncronas de carácter teórico e teórico-prático, como horas síncronas teórico-práticas e tutoriais, em que cada uma das tipologias assenta em práticas pedagógicas adequadas à natureza dos objetivos pedagógicos que se pretendem desenvolver. (i) É materializado em atividades formativas bem definidas, identificadas e específicas do EaD, tais como: aula virtual, sessão de tutoria e laboratório virtual, artigos, podcasts, simulação, vídeo-lição, vídeo-screencast, livro digital, e fórum virtual, quiz e case-study. (ii) É concretizado por uma equipa multidisciplinar, composta por Learning Architect, produtores de multimédia e gestores da experiência do estudante cujo objetivo é garantir que existe uma harmonia entre o processo de ensino do docente e o processo de aprendizagem do estudante. (v) possui 168 ECTS (85% do total) em regime obrigatório, distribuídos por Marketing e Publicidade (90), Ciências Empresariais (54), Matemática e Estatística (6), Ciências Informáticas (6), Sociologia e Outros Estudos (6) e Filosofia e Ética (6). Deste modo, proporciona-se uma formação sólida no domínio do Marketing e Publicidade. (vi) possui 12 ECTS (15%) em regime opcional, podendo os estudantes realizar um Minor em Inteligência de Marketing, um Minor em Negócio Digital ou Minor em Experiência do Consumidor. Em cada Minor as UC's escolhidas apresentam uma enorme relevância no âmbito da especialização que proporcionam, pelo aprofundamento das competências profissionais que consideram.

4.7. Observations:

The proposed study plan meets, on the one hand, the legal requirements in force; on the other hand, it is in line with the best international practices in the EaD modality. Specifically: (i) it is supported on a specific pedagogical model for the EaD modality that operationalizes the convergence between the XXI Constitutional Government priorities described in DL 133/2019, and the Institution's positioning and objectives for EaD. This model, imported from a foreign HEI partner, was recognized for its excellence in 2012 with the "Premio de calidad" of Laureate International Universities and in 2018 with the "International E-learning Awards" (IELA 2018). (ii) The present pedagogical model brings together an identified harmony between learning objectives (of the EC and the CUs), teaching methodologies, and formative and evaluative activities. It is based on a "flipped classroom" philosophy, in which part of the learning process is transferred out of the "classroom". The contact strategy is diversified: it contains both asynchronous theoretical and theoretical-practical hours, and synchronous theoretical-practical hours and tutorials, in which each of the typologies is based on pedagogical practices appropriate to the nature of the pedagogical objectives to be developed. (i) It is materialized in well-defined, identified and specific formative activities of DE, such as: virtual class, tutoring session and virtual laboratory, articles, podcasts, simulation, video-lesson, video-screencast, digital book, and virtual forum, quiz and case-study. (ii) It is carried out by a multidisciplinary team, composed of Learning Architect, multimedia producers and student experience managers whose objective is to ensure that there is harmony between the teaching process of the lecturer and the learning process of the student. (v) It has 168 ECTS (85% of the total) in a compulsory regime, distributed among Marketing and Advertising (90), Business Sciences (54), Mathematics and Statistics (6), Computer Sciences (6), Sociology and Other Studies (6) and Philosophy and Ethics (6). This provides a solid education in the field of Marketing and Advertising. (vi) has 12 ECTS (15%) in an optional regime, and students may take a Minor in Marketing Intelligence, a Minor in Digital Business or a Minor in Consumer Experience. In each Minor the chosen UC's present an enormous relevance in the scope of the specialization they provide, by deepening the professional skills they consider.

5. Corpo Docente

5.1. Docente(s) responsável(eis) pela coordenação do ciclo de estudos.

5.1. Docente(s) responsável(eis) pela coordenação do ciclo de estudos.

Karla Karina de Oliveira Menezes

5.3 Equipa docente do ciclo de estudos (preenchimento automático)

5.3. Equipa docente do ciclo de estudos / Study programme's teaching staff

Nome / Name	Categoria / Category	Grau / Degree	Vínculo/ Link	Especialista / Specialist	Área científica / Scientific Area	Regime de tempo / Employment regime	Informação/ Information
Ricardo José Fernandes Mena	Professor Adjunto ou equivalente	Doutor	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018)	Não	Marketing and Advertising	100	Ficha submetida
Francisco Manuel Coelho da Silva	Professor Adjunto ou equivalente	Doutor	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018)	Sim	Marketing	100	Ficha submetida
Rui Manuel Ribeiro Monteiro	Equiparado a Assistente ou equivalente	Mestre	Outro	Não	Gestão	20	Ficha submetida
Hermano Manuel Martins Gouveia	Equiparado a Professor Adjunto ou equivalente	Doutor	Outro	Não	Gestão, com especialização em Marketing	50	Ficha submetida
Cidália Andrea da Costa Silva Neves	Professor Adjunto ou equivalente	Doutor	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018)	Não	Ciências empresariais - Marketing	100	Ficha submetida
Mafalda Cristina de Oliveira Pinto Coelho Nogueira	Professor Adjunto ou equivalente	Doutor	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018)	Não	Marketing	100	Ficha submetida
Karla Karina de Oliveira Menezes	Professor Adjunto ou equivalente	Mestre	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018)	Sim	Marketing	100	Ficha submetida
Antonino Felicio dos Santos de Carvalho	Assistente convidado ou equivalente	Mestre	Outro	Não	Marketing	50	Ficha submetida
Maria Paula Oliveira Campos	Professor Adjunto ou equivalente	Doutor	Outro	Não	Psicologia da Educação	100	Ficha submetida
Natália Araújo Pacheco	Professor Coordenador ou equivalente	Doutor	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018)	Não	Gestão e Administração, com especialização em Marketing	100	Ficha submetida
Sandra Cristina Vilaverde Pinto Gomes de Oliveira	Professor Coordenador ou equivalente	Doutor	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018)	Não	Ciências Empresariais – Especialização Marketing	100	Ficha submetida
Marta Liliiana Nunes Bicho	Professor Coordenador ou equivalente	Doutor	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018)	Não	Marketing	100	Ficha submetida
Carlos Augusto Sousa Abrunhosa de Brito	Professor Adjunto ou equivalente	Licenciado	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018)	Sim	Gestão de Empresas	100	Ficha submetida
Sílvio Farias de Menezes	Assistente ou equivalente	Mestre	Outro	Não	Gestão e Administração	50	Ficha submetida
Simão Nuno Almeida de Soares Machado	Professor Adjunto ou equivalente	Mestre	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na	Sim	Marketing	100	Ficha submetida

				redação fixada pelo DL-65/2018)				
Norberto António Leite Bessa	Professor Adjunto ou equivalente	Mestre	Outro	Sim	Ciências sociais e do comportamento	20		Ficha submetida
Isabel Maria da Silva Machado	Professor Adjunto ou equivalente	Doutor	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018)	Não	Ciências Sociais	100		Ficha submetida
Teresa Maria Aragonez Afonso Bicho	Professor Adjunto ou equivalente	Doutor	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018)	Não	Ciências Empresariais, especialização em Mkt	100		Ficha submetida
Mafalda Luísa de Castro Ferreira	Professor Adjunto ou equivalente	Doutor	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018)	Não	Psicologia Social	100		Ficha submetida
Daniel Filipe Cortês Pereira e Sá	Professor Coordenador ou equivalente	Doutor	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018)	Não	Gestão, com especialização em Marketing	100		Ficha submetida
João Ricardo Martins Silva Freire	Professor Coordenador ou equivalente	Doutor	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018)	Não	Marketing	100		Ficha submetida
Luís Raimundo Batalha Schwab	Professor Adjunto ou equivalente	Doutor	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018)	Não	Ciências Empresariais	100		Ficha submetida
Luísa Margarida Guerra Marques Martinez	Professor Adjunto ou equivalente	Doutor	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018)	Não	Gestão	100		Ficha submetida
Sílvia Maria Bandeira da Silva Caniço	Professor Adjunto ou equivalente	Doutor	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018)	Não	Ciências Empresariais	100		Ficha submetida
						2090		

<sem resposta>

5.4. Dados quantitativos relativos à equipa docente do ciclo de estudos.

5.4.1. Total de docentes do ciclo de estudos (nº e ETI)

5.4.1.1. Número total de docentes.

24

5.4.1.2. Número total de ETI.

20.9

5.4.2. 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)

5.4.2. 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).* / "Career teaching staff" – teachers of the study programme integrated in the teaching or research career.*

Vínculo com a IES / Link with HEI	% em relação ao total de ETI / % of the total of FTE	
Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018)	86.124401913876	100
Outro	13.875598086124	20

5.4.3. Corpo docente academicamente qualificado – docentes do ciclo de estudos com o grau de doutor**5.4.3. Corpo docente academicamente qualificado – docentes do ciclo de estudos com o grau de doutor* / "Academically qualified teaching staff" – staff holding a PhD***

Corpo docente academicamente qualificado / Academically qualified teaching staff	ETI / FTE	Percentagem / Percentage
Docentes do ciclo de estudos com o grau de doutor (ETI) / Teaching staff holding a PhD (FTE):	16.5	78.947368421053

5.4.4. Corpo docente especializado do ciclo de estudos**5.4.4. Corpo docente especializado / Specialised teaching staff.**

Corpo docente especializado / Specialized teaching staff	ETI / FTE	Percentagem* / Percentage*
Doutorados especializados na(s) área(s) fundamental(is) do CE (% total ETI) / PhDs specialised in the fundamental area(s) of the study programme (% total FTE)	13.5	64.593301435407
Não doutorados, especializados nas áreas fundamentais do CE (% total ETI) / Staff specialised in the fundamental areas of the study programme not holding PhDs in these areas (% total FTE)	3.2	15.311004784689
Não doutorados na(s) área(s) fundamental(is) do CE, com Título de Especialista (DL 206/2009) nesta(s) área(s) (% total ETI) / Specialists not holding a PhD, but with a Specialist Title (DL 206/2009) in the fundamental area(s) of the study programme (% total FTE)	3.2	15.311004784689
% de docentes com título de especialista ou doutores especializados, na(s) área(s) fundamental(is) do ciclo de estudos (% total ETI)		79.904306220096

5.4.5. Corpo Docente integrado em Unidades de Investigação da Instituição, suas subsidiárias ou polos nela integrados (art.º 29.º DL-74/2006, na redação dada pelo DL-65/2018)**5.4.5. Corpo Docente integrado em Unidades de Investigação da Instituição, suas subsidiárias ou polos nela integrados (art.º 29.º DL-74/2006, na redação dada pelo DL-65/2018) / Teaching Staff integrated in Research Units of the Institution, its subsidiaries or integrated centers (article 29, DL no. 74/2006, as written in the DL no. 65/2018)**

Descrição	ETI / FTE	Percentagem* / Percentage*
Corpo Docente integrado em Unidades de Investigação da Instituição, suas subsidiárias ou polos nela integrados / Teaching Staff integrated in Research Units of the Institution, its subsidiaries or integrated centers	3.2	15.311004784689

5.4.6. Estabilidade e dinâmica de formação do corpo docente.**5.4.6. Estabilidade e dinâmica de formação do corpo docente. / Stability and development dynamics of the teaching staff**

Estabilidade e dinâmica de formação / Stability and training dynamics	ETI / FTE	Percentagem* / Percentage*
Docentes do ciclo de estudos de carreira com uma ligação à instituição por um período superior a três anos / Career teaching staff of the study programme with a link to the institution for over 3 years	19.5	93.301435406699
Docentes do ciclo de estudos inscritos em programas de doutoramento há mais de um ano (ETI) / FTE number of teaching staff registered in PhD programmes for over one year	2	9.5693779904306

Pergunta 5.5. e 5.6.**5.5.Procedimento de avaliação do desempenho do pessoal docente e medidas conducentes à sua permanente atualização e desenvolvimento profissional.**

A avaliação de desempenho fundamenta-se em mecanismos de monitorização e melhoria contínua das responsabilidades pedagógicas, científicas, extensão à comunidade e gestão académica. Centra-se em princípios como a transparência, previsibilidade, obrigatoriedade, imparcialidade, simplicidade e divulgação, aplicável a todos os docentes do IPAM. A avaliação de desempenho ocorre a cada 2 anos. Cada docente apresenta o relatório de atividades referente ao período de avaliação em curso. Da avaliação resulta uma pontuação de 0-100, convertida numa menção qualitativa. O Regulamento de Avaliação dos docentes está disponível no website das IES. A análise dos resultados é feita em reuniões de coordenação do CE, onde se discutem as estratégias de melhoria dos resultados. São complementadas com reuniões individuais com os docentes que apresentam insuficiências em determinadas rubricas, construindo-se um plano de melhorias, acompanhado pelo Coordenador do CE.

5.5.Procedures for the assessment of the teaching staff performance and measures for their permanent updating and professional development.

Performance evaluation is based on monitoring mechanisms and continuous improvement of pedagogical, scientific, community outreach and academic management responsibilities. It is centred on principles such as transparency, predictability, obligatory, impartiality, simplicity and disclosure, applicable to all IPAM faculty members. Performance evaluation takes place every 2 years. Each lecturer presents an activity report for the current evaluation period. The evaluation results in a score from 0-100, converted into a qualitative mention. The Teachers' Evaluation Regulation is available at the HEI's website.

The analysis of the results obtained is done at Course coordination meetings, where the strategies for improving the results are discussed. They are complemented by individual meetings, held with teachers who have shortcomings in certain headings, and an improvement plan is being built, accompanied by the Course Coordinator.

5.6.Observações:

As sessões de contacto assíncronas entre estudante e docente são suportadas pela produção de objetos de aprendizagem digital sujeitos a contratos de autoria entre Instituição e docente, em que o último se compromete a criar e a desenvolver conteúdos de cariz didático e pedagógico, e o primeiro a realizar o tratamento gráfico ou audiovisual. Esta estratégia garante, por um lado, a qualidade dos materiais distáticos produzidos, e por outro, a libertação de serviço docente para a investigação.

A respeito da composição do corpo docente, podemos destacar:

17 (em 24) são detentores de Doutoramento.

Conta-se ainda com 6 mestres. 1 destes mestres está inscrito em PhD e é detentor de Título de Especialista em, pelo menos, uma das áreas científicas fundamentais do CE. Os restantes 3 Mestres, apresentam perfis menos académicos e mais próximos do mercado de trabalho, dando contributos em áreas muito específicas, tais como o Marketing Digital, a Análise de Dados e Marketing Internacional.

Dos 5 mestres que não estão inscritos em PhD, 2 apresentam título de especialista numa das ACF do CE.

19 dos docentes encontram-se em regime de tempo integral e 20 colaboram há mais de 3 anos na instituição, o que certifica a estabilidade que a instituição procura conferir ao seu corpo docente.

Pelo exposto, conclui-se que os rácios legais são largamente superados. No entanto, há outros aspetos que merecem relevo quanto ao corpo docente:

-Do ponto de vista científico, o corpo docente revela a sua qualidade através de participação em eventos científicos e publicações em revistas nacionais e internacionais de referência na área do CE.

-Do ponto de vista pedagógico, o corpo docente selecionado tem uma larga experiência, obtendo excelentes resultados nos inquéritos semestrais de avaliação do corpo docente, que são preenchidos pelos estudantes da instituição.

Destaca-se também o protocolo estabelecido com a Universidade Aberta, uma IES pública com mais de 30 anos de experiência no ensino a distância, que garante a partilha desta experiência e a formação de qualidade nesta modalidade de ensino.

Para além disso, o próprio Consórcio com a Universidad Europea de Madrid (UEM) oferece ao seu corpo docente formação no âmbito do EaD, nomeadamente através dos seguintes cursos:

-Pós-Graduação em “Docencia online y competencias digitales”, 125 horas

-HyFlex - Sistema tecnológico de apoio ao ensino e aprendizagem a distância, 2 horas

-Modelo Académico Learn@Flex, 2 horas

-Blocos Digitais, 2 horas

-Learning Management Systems - Canvas, 8 horas

-Práticas Pedagógicas a Distância, 3 horas

-Práticas Pedagógicas Flexíveis, 1 hora

5.6.Observations:

The asynchronous contact sessions between students and teachers are supported by the production of digital learning objects subject to authorship contracts between the institution and teachers, in which the latter undertakes to create and develop educational and pedagogical contents, and the former to perform the graphic or audiovisual treatment. This strategy ensures, on the one hand, the quality of the distance learning materials produced, and on the other, the release of teaching service for research.

Regarding the composition of the teaching staff, we can highlight:

17 (out of 24) hold a PhD.

There are also 6 masters. 1 of these masters is registered for a PhD and holds a specialist title in at least one of the fundamental scientific areas of the EC. The remaining 3 Masters have less academic profiles and are closer to the labour market, contributing in very specific areas, such as Digital Marketing, Data Analysis and International Marketing.

Of the 5 Masters that are not enrolled in a PhD, 2 hold a specialist title in one of the ACF of the EC.

19 of the teachers are full-time and 20 have been working for more than 3 years in the institution, which certifies the stability that the institution tries to confer to its teaching staff.

From the above, it can be concluded that the legal ratios are largely exceeded. However, there are other aspects that deserve to be highlighted regarding the teaching staff:

-From a scientific point of view, the teaching staff reveals its quality through participation in scientific events and publications in national and international journals of reference in the area of EC.

-From a pedagogical point of view, the selected teaching staff has a wide experience, obtaining excellent results in the biannual assessment surveys of the teaching staff, which are filled in by the students of the institution. Also noteworthy is the protocol established with Universidade Aberta, a public HEI with more than 30 years of experience in distance education, which guarantees the sharing of this experience and quality training in this teaching method.

In addition, the Consortium itself with the Universidad Europea de Madrid (UEM) offers its teaching staff training in EaD, namely through the following courses:

-Postgraduate degree in "Docencia online y competencias digitales", 125 hours

-HyFlex - Technological support system for teaching and distance learning, 2 hours

-Learn@Flex Academic Model, 2 hours

-Digital Blocks, 2 hours

-Learning Management Systems - Canvas, 8 hours

-Distance Learning Pedagogical Practices, 3 hours

-Flexible Pedagogical Practices, 1 hour

6. Pessoal Não Docente

6.1. Número do pessoal técnico especializado afeto à lecionação do ciclo de estudos, adequação da sua qualificação e tipologia do apoio dado aos estudantes.

Dando cumprimento ao artigo 8.º do Decreto-Lei 133/2019 de 3 de setembro, a IES proponente conta com 60 colaboradores não docentes dedicados, a tempo integral, ao EaD. Liderados por 1 Diretor Executivo que dirige a operação; 1 Diretor Académico que gere programas e docentes; 1 Coordenador de Modelo Académico que concebe, implementa e avalia o modelo pedagógico; 1 Coordenador Pedagógico que assegura a aplicação do modelo Académico EaD; 2 colaboradores de Suporte Académico e 3 Técnicos operacionais que dão apoio aos docentes; 2 Learning Architects que suportam os docentes a planear, conduzir e avaliar o ensino e 15 colaboradores de Produção audiovisual e multimédia responsáveis por ajudar a construir objetos de aprendizagem digital; Equipa de gestores académicos, 1 por cada 100 estudantes, que asseguram a ligação do estudantes com a IES, acompanhando em permanência o estudante por forma a assegurar a boa gestão de processos, manuseamento de sistemas, prevenindo a desistência, etc.; 10 colaboradores de marketing responsáveis que definem o posicionamento dos ciclos de estudo e estratégia de comunicação; 19 colaboradores de admissões que gerem o processo de inscrição do estudante nos ciclos de estudos.

Os Coordenadores de Modelo Académico e Pedagógico, juntamente com os Learning Architects, os colaboradores de produção e os técnicos operacionais compõem o Laboratório de Educação Digital, que está capacitado com um conjunto de soluções tecnológicas por forma a garantir a produção de conteúdos assíncronos de excelência.

Contamos ainda com os seguintes colaboradores para apoio a outras operações no EaD: Tecnologias de Informação: 9 colaboradores a tempo inteiro, dos quais 1 alocado em permanência a gestão e otimização de performance do Learning Management System (LMS Canvas). Legal: 2 colaboradores a tempo inteiro. Existem ainda as seguintes Direções: Recursos Humanos, Operações, Financeira, Student Services que prestam suporte ao EaD.

6.1. Number and work regime of the non-academic staff allocated to the study programme, adequation of their qualification and type of support provided to the students.

In compliance with article 8 of Decree-Law 133/2019 of September 3, the proposing HEI has 60 non-teaching staff dedicated, full-time, to EaD. Led by 1 Executive Director who runs the operation; 1 Academic Director who manages programs and faculty; 1 Academic Model Coordinator who designs, implements and evaluates the pedagogical model; 1 Pedagogical Coordinator who ensures the application of the EaD Academic model; 2 Academic Support staff and 3 Operational Technicians who provide support to faculty; 2 Learning Architects who support teachers in planning, conducting and evaluating teaching and 15 collaborators of audiovisual and multimedia production responsible for helping to build digital learning objects; Team of academic managers, 1 for every 100 students, who ensure the students' connection with the HEI, permanently accompanying the student in order to ensure the good management of processes, handling of systems, preventing dropouts, etc. ; 10 marketing collaborators who define the positioning of the study cycles and the communication strategy; 19 admissions collaborators who manage the student enrolment process in the study cycles.

The Academic and Pedagogical Model Coordinators, together with the Learning Architects, the production collaborators and the operational technicians make up the Digital Education Lab, which is equipped with a set of technological solutions in order to guarantee the production of asynchronous contents of excellence.

We also have the following employees to support other operations in DE: Information Technologies: 9 full-time employees, of which 1 is permanently allocated to the management and performance optimization of the Learning Management System (LMS Canvas). Legal: 2 full-time employees. There are also the following Departments: Human Resources, Operations, Financial, Student Services that provide support to EaD.

6.2. Apresentação da estrutura e da organização da equipa de suporte técnico-pedagógico que colaborará com os docentes no desenho curricular dos planos de estudos e dos materiais do ciclo de estudos.

Reconhecendo a importância e criticidade do acompanhamento aos docentes, a IES criou em agosto de 2020 o Laboratório de Educação Digital (LED). Ocupando uma área de 500m2, que inclui 2 estúdios de produção

cinematográfica, 2 salas de pós-produção audiovisual, 1 sala sonoplastia, 2 salas de design gráfico, o LED reúne as competências de 22 colaboradores para apoiar e acompanhar os docentes no desenho e produção dos diversos materiais curriculares dos diversos PE em EaD.

Este acompanhamento e produção segue um processo materialização que se inicia com o docente, no papel de autor, e que termina com a aprovação do conteúdo pelo mesmo docente/autor, tal como ilustrado pelo Modelo Pedagógico para o Ensino a Distância, acessível aqui <https://www.ipam.pt/hubfs/IPAM-SITE/regulamentacao/ProjetoAcademicoEaD.pdf>

Adstritos ao LED estão, neste momento, 22 colaboradores a tempo inteiro:

2 Coordenadores de Modelo Académico e Pedagógico

2 Learning Architects, que efetuam o design pedagógico dos conteúdos assíncronos, sendo uma licenciada em Ciências da Educação e Mestre em Educação e Tecnologia, ambos pela U. de Lisboa. Com larga experiência no desenvolvimento de conteúdos educativos, passou por empresas como a Novabase e a Axians. A 2ª Learning Architect é licenciada em Ciências Psicológicas e licenciada em Ciências da Educação e Mestre em Ciências da Educação, todos pela Fac. Psicologia e Ciências da Educação da Univ. de Coimbra. Possui, ainda, uma série de certificados profissionais na área da formação, tendo experiência enquanto Técnica Superior de Educação, Formadora, Coordenadora Pedagógica, Gestora de Formação e Consultora de E-learning, com a produção de conteúdos multimédia

*15 Colaboradores de produção audiovisual, todos eles com formação na área dos Audiovisuais e Multimédia, tais como Câmara, Vídeo, Som, Fotografia, Pós-Produção Vídeo e Design Gráfico - 7 licenciados e 4 um CTeSP de Nível V
3 Técnicos Operacionais encarregues de carregar os conteúdos na plataforma LMS*

6.2. Structure and organization of the technical-pedagogic support team that will collaborate with the teachers in the study plan curricular design and the study programme materials.

Recognising the importance and criticality of accompanying teachers, the IES created the Digital Education Laboratory (LED) in August 2020. With an area of 500m², which includes 2 film production studios, 2 audiovisual post-production rooms, 1 soundproof room, 2 graphic design rooms, this LED brings together the skills of 22 employees to support the teachers in the design and production of the curricular materials of the EaD study plans

This accompaniment and production follow a materialisation process that begins with the lecturer, in the role of author, and ends with the approval of the content by the same lecturer/author, as illustrated by the Distance Learning Pedagogical Model, accessible at <https://www.ipam.pt/hubfs/IPAM-SITE/regulamentacao/ProjetoAcademicoEaD.pdf>

There are currently 22 full time employees attached to LED:

2 Academic and Pedagogical Model Coordinators

2 Learning Architects, who carry out the pedagogical design of the asynchronous contents, one of whom has a degree in Education Sciences and a Master in Education and Technology, both from the U. of Lisbon. With extensive experience in the development of educational content, she has worked for companies such as Novabase and Axians. 2nd Learning Architect has a degree in Psychological Sciences, a Licentiate in Educational Sciences and a Master in Educational Sciences, all from the Faculty of Psychology and Educational Sciences of the Univ. of Coimbra. She also has a series of professional certificates in the area of training, having experience as a Higher Education Technician, Trainer, Pedagogical Coordinator, Training Manager and E-learning Consultant, with the production of multimedia contents

*15 audiovisual production staff, all of whom are trained in the Audiovisual and Multimedia area, such as Camera, Video, Sound, Photography, Video Post-Production and Graphic Design - 7 with a degree and 4 with a CTeSP Level V
3 Operational Technicians in charge of uploading content onto the LMS platform*

6.3. Procedimento de avaliação do pessoal não-docente e medidas conducentes à sua permanente atualização e desenvolvimento profissional.

Estes colaboradores são avaliados numa base anual, num processo dividido em três etapas: (i) Definição de Objetivos (de março a maio), (ii) Revisão de meio do ano (de julho a setembro) e (iii) Avaliação de Desempenho (de dezembro a janeiro). A avaliação é definida numa escala de 1 a 5 valores. A classificação resulta da seguinte ponderação: 20% para alinhamento dos objetivos do colaborador com os objetivos corporativos; 20% para alinhamento dos objetivos do colaborador com os objetivos da sua área de trabalho; 60% para objetivos individuais a ser discutido e acordado entre o Colaborador e o seu Supervisor. É definido ainda Plano de Desenvolvimento Profissional em que o indivíduo identifica as suas perspetivas de desenvolvimento de carreira e necessidades de desenvolvimento de competências e de conhecimento que, por sua vez, vão originar o seu plano de formação de competências e de desenvolvimento para esse ano.

6.3. Assessment procedures of the non-academic staff and measures for its permanent updating and personal development.

These employees are assessed on an annual basis, in a process divided into three stages: (i) Goal Setting (from March to May), (ii) Mid-year Review (from July to September) and (iii) Performance Evaluation (from December to January). The evaluation is defined on a scale of 1 to 5 values. The classification results from the following weighting: 20% for alignment of the employee's objectives with the corporate objectives; 20% for alignment of the employee's objectives with the objectives of his/her work area; 60% for individual objectives to be discussed and agreed between the Employee and his/her Supervisor. A Professional Development Plan is also defined in which the individual identifies his/her career development prospects and skills and knowledge development needs which, in turn, will give rise to his/her skills and development training plan for that year.

7. Meios materiais e tecnológicos

7.1. Sistemas tecnológicos e recursos digitais de mediação afetos e/ou utilizados especificamente pelos estudantes do ciclo de estudos, e, caso aplicável, instalações físicas:

1) *Campus virtual:*

- i) *CANVAS LMS, uma aplicação de facilitação remota do ensino, aprendizagem, criação de comunidades e partilha de conhecimento, que permite também gerar diferentes tipos de análises que ajudam a acompanhar o sucesso académico dos estudantes;*
- ii) *COLLABORATE, uma plataforma de conferência possibilita uma experiência imersiva através do computador, telemóvel e/ou dispositivos eletrónicos semelhantes;*
- iii) *Canvas Studio é a plataforma de educação em vídeo que permite que o professor crie e forneça experiências de aprendizagem interativas;*
- iv) *LOCKDOWN BROWSER & RESPONDUS MONITOR que permitem controlar ambientes de avaliação a distância. Embora a utilização deste último software esteja disponível, a mesma está condicionada, em alguns casos, devido ao cumprimento da política de proteção de dados*

2) *Biblioteca Virtual:*

- i) *à B-ON, uma aplicação em consórcio que permite aos estudantes e professores aceder às revistas e respetivos artigos das editoras maior relevo internacional no âmbito da investigação científica; e*
- ii) *CATÁLOGO com cerca de 200.000 ebooks de áreas multidisciplinares acessível a estudantes e professores como auxílio ao trabalho científico-pedagógico.*

3) *Gestor de Experiência Académica:*

- i) *SOPHIA, um sistema de gestão académica que permite gerir o ciclo de vida do estudante desde a sua admissão e gestão enquanto alumni;*
- ii) *SECRETARIA ONLINE, uma aplicação que permite ao estudante interagir com os serviços académicos (ex., matrículas, certificados, emolumentos, etc.);*
- iii) *Portal do Estudante, um portal agregador de distintas ferramentas disponibilizadas ao estudante que lhe permite consultar a sua informação académica (notas, calendário, horário, etc.); e*
- iv) *a MOBILE APP, uma aplicação para telemóvel que permite ao estudante aceder mais facilmente ao conteúdo do portal do estudante.*

Adianta-se, ainda, que a IES está, neste momento, a implementar a substituição do SOPHIA pela aplicação RIO EDUCATION (Salesforce). Atualmente a aplicação SECRETARIA ONLINE é já uma ferramenta de Gestão de Relação com o Cliente (CRM) da Salesforce e com a alteração do SOPHIA para RIO, o sistema de gestão académica ficará também integrado.

4) *Infraestrutura pedagógica:*

- i) *LABORATÓRIOS VIRTUAIS, construídos sobre máquinas virtuais que permitem aceder remotamente a um conjunto de recursos tecnológicos;*
- ii) *BIBLIOTECA DE OBJETOS DE APRENDIZAGEM DIGITAL composta por conteúdos exclusivos de natureza digital de diferentes áreas e conteúdos científicos, com livre acesso para docentes disponibilizarem aos seus estudantes de forma integrada no ensino síncrono;*
- iii) *CATÁLOGO DA HARVARD BUSINESS PUBLISHING, permitindo o acesso a diferentes casos, artigos e simulações para utilização pedagógica por parte dos docentes; e*
- iv) *PORTAL DO DOCENTE, permitindo-se aceder a informação académica, interagir com diversos departamentos de suporte académico, responder a questionários de avaliação, aceder a conteúdos formativos, etc.*

7.1. Physical facilities and digital mediation resources assigned to and/or utilized in the study programme and physical facilities, if applicable:

1) *Virtual Campus:*

- i) *CANVAS LMS, a remote application for teaching, learning, community creation and knowledge sharing, which also allows the generation of different types of analysis that help monitor the academic success of students.*
- ii) *COLLABORATE, an online conferencing platform that enables an immersive human experience through computer, mobile phone and/or similar electronic devices;*
- iii) *CANVAS STUDIO is the video education platform that allows the teacher to create and deliver interactive learning experiences;*
- iv) *LOCKDOWN BROWSER & RESPONDUS MONITOR which allows the user to control assessment environments at a distance. Although the use of this last software is available, it is conditioned in some cases due to compliance with the data protection policy.*

2) *Virtual Library:*

- i) *to B-ON, a consortium application that allows students and teachers to access journals and respective articles from the most important international publishers in the area of scientific research; and*
- ii) *A CATALOG with about 200,000 ebooks from multidisciplinary areas accessible to students and teachers as an aid to scientific-pedagogic work.*

3) *Academic Experience Management System:*

- i) *SOPHIA, an academic management system that allows the management of the student's academic trajectory (as an alumni) from the moment of its admission;*
- ii) *ONLINE SECRETARIAT, an application that allows students to interact with academic services (e.g. enrolment, certificates, emoluments, etc.)*
- iii) *The Student Portal, a portal which gathers different tools available to students allowing them to consult their academic information (grades, calendar, timetable, etc.); and*
- iv) *MOBILE APP, a mobile phone application that allows students to access the contents of the student portal more easily.*

It should also be noted that the HEI is in the process of replacing SOPHIA by the RIO EDUCATION application (Salesforce). Currently the ONLINE SECRETARIAT application is already a Salesforce Customer Relationship Management tool (CRM) and with the change from SOPHIA to RIO, the academic management system will also be integrated.

4) Pedagogical infrastructure:

- i) VIRTUAL LABORATORIES, i.e. laboratories built on virtual machines that allow remote access to a whole set of technological resources (hardware and software simulation)*
- ii) LIBRARY OF DIGITAL LEARNING OBJECTS made up of exclusive digital content from different areas and scientific content, with free access for teachers to provide their students with integrated synchronous teaching;*
- iii) HARVARD BUSINESS PUBLISHING CATALOG, allowing access to different cases, articles and simulations for teaching use by teachers; and*
- iv) THE TEACHER PORTAL, allowing access to academic information, interaction with different academic support departments, answering to evaluation questionnaires, access to training contents, etc.*

7.2.Principais equipamentos e materiais afetos e/ou utilizados pelos docentes e pela equipa técnico-pedagógica para suporte ao ciclo de estudos (equipamentos didáticos e científicos, materiais e TIC):

De forma a garantir a eficácia da lecionação do CE's pelo docente e equipa de acompanhamento ao estudante, a IES disponibiliza um conjunto de ferramentas que englobam:

A) Computador portátil, com camera, placas de som, de rede e de wi-fi incorporados

B) Acesso a um conjunto de softwares, que incluem:

i) email institucional através de uma conta Office 365 permitindo até 5 licenças para os seus dispositivos pessoais, com todas as ferramentas Office365 (Outlook, Word, Excel, PowerPoint, Access, OneDrive for Business, OneNote, Teams, Whiteboard, Forms, Etc.)

ii) simuladores de gestão e negócios como o CESIM. Que podem ser integrados a vários cursos e outras atividades ou projetos

iii) azure Dev Tools for Education, o qual permite utilizar aplicações como Azure virtual Machines, e aplicações Windows Server, Microsoft SQL Server, MS Project

v) Ferramentas estatísticas, como por exemplo, SPSS Statistics e SPSS AMOS. Aos docentes em projetos de investigação é atribuído Nvivo e MaxQDA

vi) Todas as ferramentas suite Adobe Creative Cloud, incluindo Creative Cloud que é uma coleção com mais de 20 aplicações para fotografia, vídeo, design, Web, UX); e A Suite que inclui Photoshop, Illustrator, InDesign, PremierePro, XD, AcrobatDC, etc.). É ainda disponibilizada uma conta Adobe CC, aos docentes da área de Design, permitindo-lhes instalar todas as ferramentas Adobe

vii) disponibiliza-se ainda as seguintes aplicações específicas de cada área:

- Hospitality e Turismo: aplicações de gestão hoteleira HOST PMS, OPERA e Fidelius Materials Control*

- Comunicação: ferramenta de Telereport Yumi Media Monitor*

- Animação Gráfica: ferramenta de modelação, animação e rendering Cinema4D*

- Jogos e desenvolvimento de aplicações: plataforma UNITY*

- Gestão: ERP Primavera Education, CRM MSDynamics*

- Audiovisual: ShotCut Video Editor, Solidworks, 3DSMax, Autocad, Fusion 360, Maya*

viii) VPN: disponível a todos os docentes para aceder a recursos específicos como a B-ON partir de qualquer local e garantir ligações seguras e protegidas de ataques cibernéticos

ix) acesso ao campus virtual, LMS

x) acesso ao fundo documental: 6777, dos quais: Monografias: 4807, Periódicos: 1869, Eletrónico/Audiovisual: 10; bases de Dados digitais: EBSCO, ACM Digital, TGI, Nielsen, INE (RIIBES), B-ON, Euromonitor, IdeaPuzzle

xi) acesso ao portal do docente, um portal no qual estão agregadas e acessíveis todos os recursos à disposição do docente

C) Através do Laboratório de Educação Digital, como suporte à conceção e produção de conteúdos assíncronos acesso às seguintes recursos e plataformas, sempre através de log-in e conexão segura:

i) Airtable, uma ferramenta de planeamento detalhado de todo o processo de produção de conteúdos assíncronos;

ii) Frame.io, uma ferramenta de revisão e aprovação dos conteúdos assíncronos

iii) Sharepoint, um repositório no qual se encontram replicando a estrutura da FUC Digital todos os conteúdos assíncronos agrupados por unidade curricular, de acordo com o planeamento da mesma

iv) SimonSays, uma ferramenta de apoio a transcrições por forma a permitir a legendagem de conteúdos vídeo para adequar a estudantes com necessidades especiais

v) adicionalmente, o Laboratório de Educação Digital, utiliza ainda as seguintes ferramentas na conceção, desenvolvimento, adaptação, correção e conclusão dos conteúdos assíncronos, em todos os seus formatos, os seguintes recursos tecnológicos além do equipamento adequado - entenda-se cameras, mesas de mistura, mesas de design, computadores, luzes, microfones e outro material audio; dos quais se destacam os seguintes softwares:

i) Black Magic Softwares - para recolha de imagens e vídeo

ii) OBS - para gravações remotas e screencasts

iii) Promptdog - software de teleponto

iv) Ultramon - para adequação dos recursos de apresentação para guia/teleponto

v) Adobe Premier e AfterEffects para adaptação e montagem de conteúdos multimédia

vi) Illustrator, InDesign, Photoshop, FlipbookPdf para desenho e animação de todos os conteúdos gráficos

7.2.Main equipment or materials used by the teachers and by the technical-pedagogical team to support the study programme (didactic and scientific equipment, materials, and ICTs):

In order to guarantee the effectiveness of the courses teaching by the lecturer and student support team, the HEI provides a set of tools that include:

A) Laptop computer, with built-in camera, sound, network and wi-fi cards

B) Access to a set of software, which includes

- i) institutional email through an Office 365 account allowing up to 5 licenses for their personal devices, with all Office365 tools (Outlook, Word, Excel, PowerPoint, Access, OneDrive for Business, OneNote, Teams, Whiteboard, Forms, Etc.)*
- ii) management and business simulators such as CESIM. Which can be integrated into various courses and other activities or projects*
- iii) Azure Dev Tools for Education, which allows using applications like Azure virtual Machines, and Windows Server applications, Microsoft SQL Server, MS Project*
- v) Statistical tools, such as SPSS Statistics and SPSS AMOS. Patients in research projects are allocated Nvivo and MaxQDA*
- vi) All Adobe Creative Cloud suite tools, including Creative Cloud which is a collection of over 20 applications for photography, video, design, web, UX); and The Suite which includes Photoshop, Illustrator, InDesign, PremierePro, XD, AcrobatDC, etc.). An Adobe CC account is also made available to teachers of the Design area, allowing them to install all Adobe tools*
- vii) the following specific applications for each area are also available:*
 - *Hospitality and Tourism: hotel management applications HOST PMS, OPERA and Fidelius Materials Control*
 - *Communication: Telereport tool Yumi Media Monitor*
 - *Graphic Animation: modelling, animation and rendering tool Cinema4D*
 - *Games and application development: UNITY platform*
 - *Management: ERP Primavera Education, CRM MSDynamics*
 - *Audiovisual: ShotCut Video Editor, Solidworks, 3DSMax, Autocad, Fusion 360, Maya*
- viii) VPN: available to all faculty members to access specific resources like B-ON from any location and ensure safe and secure connections from cyber attacks*
- ix) access to virtual campus, LMS*
- x) access to the documental fund: 6777, of which: Monographs: 4807, Journals: 1869, Electronic/Audiovisual: 10; Digital databases: EBSCO, ACM Digital, TGI, Nielsen, INE (RIIBES), B-ON, Euromonitor, IdeaPuzzle*
- xi) access to the teachers' portal, a portal where all the resources available to teachers are gathered and accessible C) Through the Digital Education Lab, as a support to the conception and production of asynchronous contents access to the following resources and platforms, always through log-in and secure connection*
 - (i) Airtable, a tool for detailed planning of the entire asynchronous content production process*
 - ii) Frame.io, a tool for reviewing and approving asynchronous content*
 - iii) Sharepoint, a repository in which the structure of the Digital FUC is replicated all asynchronous content grouped by curricular unit, according to its planning*
 - iv) SimonSays, a tool to support transcriptions in order to allow the subtitling of video contents to suit students with special needs*
 - v) additionally, the Digital Education Lab also uses the following tools in the conception, development, adaptation, correction and conclusion of asynchronous contents, in all its formats, the following technological resources besides the adequate equipment - meaning cameras, mixing tables, design tables, computers, lights, microphones and other audio material; from which the following softwares stand out*
 - i) Black Magic Softwares - for image and video collection*
 - ii) OBS - for remote recordings and screencasts*
 - iii) Promptdog - teleprompter software*
 - iv) Ultramon - for adapting presentation resources to guide/teleprompter*
 - v) Adobe Premier and AfterEffects - for adapting and editing multimedia content*
 - vi) Illustrator, InDesign, Photoshop, FlipbookPdf for design and animation of all graphic contents*

8. Atividades de investigação e desenvolvimento e/ou de formação avançada e desenvolvimento profissional de alto nível.

Pergunta 8.1. a 8.4.

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.

<https://a3es.pt/si/iportal.php/cv/research-centers/formId/de9f652e-f9fc-5327-4695-6188fa5f9954>

8.2. Mapa-resumo de publicações científicas do corpo docente do ciclo de estudos, em revistas de circulação internacional com revisão por pares, livros ou capítulos de livro, relevantes para o ciclo de estudos, nos últimos 5 anos.

<https://a3es.pt/si/iportal.php/cv/scientific-publication/formId/de9f652e-f9fc-5327-4695-6188fa5f9954>

8.3. Atividades de formação avançada, desenvolvimento profissional e artístico e de prestação de serviços à comunidade e sua adequação à missão e objetivos da instituição e às necessidades da comunidade:

<https://a3es.pt/si/iportal.php/cv/high-level-activities/formId/de9f652e-f9fc-5327-4695-6188fa5f9954>

8.4. Lista dos principais projetos e/ou parcerias nacionais e internacionais em que se integram as atividades científicas, tecnológicas, culturais e artísticas desenvolvidas na área do ciclo de estudos.

Projeto Tecnológico SONAE: Food Lab Matosinhos e Lisboa.

Sustainability in the Fashion Industry. Estudo do perfil e atitudes do consumidor socialmente responsável no setor da moda. Centro de Investigação 2C2T da Universidade do Minho, financiado pela Fundação para a Ciência e Tecnologia; Estudo quem é o Geek Português – parceria com a City – COMICON Portugal.

SOCIAL INCLUSION MARKETING: SIM PROJECT, ERAMUS + em parceria com APCC Coimbra, Universidade de Valência, Università della Svizzera italiana

Projeto de estudo da Cultural Appropriation nos destinos turísticos, projeto desenvolvido entre IPAM, ICNOVA e City University of New York - College of Staten Island, EUA. natureza: científica, em execução.

Profª Maria Paula Campos: Membro da equipa de investigação de um Projeto entre o IPAM e o Grupo Salvador

Caetano- LEXUS. O Impacto das equipas Comerciais na Legitimidade Premium da Marca Lexus Portugal”
Profª Natália Pacheco: Investigadora coordenadora do projeto “Consumer Reactions to Service Failures”, da IMED Business School (Brasil) em parceria com a investigadora Maggie Geuens da Ghent University (Bélgica).
Profª Luisa Martinez: Projeto “Global Gen Z Study”, projeto liderado pela Prof. Corey Seemiller (Wright State University) e tem como objetivo estudar a Geração Z considerando diversas nacionalidades.
Profº Daniel Sá: Research Coordinator of the project: “Analysis of the Economic Impact of the UEFA Champions League 2020” IPAM Lab in partnership with the Portuguese Football Federation, Porto, 2020;

8.4. List of main projects and/or national and international partnerships underpinning the scientific, technologic, cultural and artistic activities developed in the area of the study programme.

SONAE Technological Project: Food Lab Matosinhos and Lisbon.
Sustainability in the Fashion Industry. Study of the profile and attitudes of socially responsible consumers in the fashion sector. 2C2T Research Centre of the University of Minho, financed by the Foundation for Science and Technology;
Study on who is the Portuguese Geek - partnership with City - COMICON Portugal.
SOCIAL INCLUSION MARKETING: YES PROJECT, ERAMUS + in partnership with APCC Coimbra, University of Valencia, Università della Svizzera italiana
Project to study Cultural Appropriation in tourist destinations, project developed between IPAM, ICNOVA and City University of New York - College of Staten Island, USA.
Prof. Maria Paula Campos: Member of the research team of a Project between IPAM and Salvador Caetano- LEXUS Group. The Impact of Commercial Teams on the Premium Legitimacy of the Lexus Portugal Brand”.
Prof. Natália Pacheco: Researcher coordinator of the project “Consumer Reactions to Service Failures”, of IMED Business School (Brazil) in partnership with the researcher Maggie Geuens of Ghent University (Belgium).
Prof. Luisa Martinez: Project “Global Gen Z Study”, project led by Prof. Corey Seemiller (Wright State University) and aims to study Generation Z considering several nationalities.
Prof. Daniel Sá: Research Coordinator of the project: “Analysis of the Economic Impact of the UEFA Champions League 2020” IPAM Lab in partnership with the Portuguese Football Federation, Porto, 2020;

9. Enquadramento na rede de formação nacional da área (ensino superior público)

9.1. Avaliação da empregabilidade dos graduados por ciclo de estudos similares com base em dados oficiais.:

Para a avaliação da empregabilidade dos graduados em CE similares da mesma área científica, consultou-se o DGEEC (<http://www.dgeec.mec.pt/np4/92/>) sendo que, à data de 02/11/2021, se encontrava disponível o ficheiro com a designação “Caracterização dos desempregados registados com habilitação superior – dezembro de 2020”.

Entre os anos de 2000 e 2019 formaram-se 24589 estudantes em CE similar ao proposto. Segundo os dados atualizados em dezembro de 2020, o total de desempregados com habilitação superior obtida, num CE similar, entre os anos de 2000 e 2019, era de apenas 1598.

Consequentemente, a taxa de desemprego dos diplomados nesta área ronda os 6%, o que se traduz numa taxa de empregabilidade que ronda os 94%.

O presente CE está consubstanciado numa proposta inovadora, o que permitirá aos diplomados a sua rápida integração ou progressão no mercado de trabalho, uma vez que está substancialmente direcionado para uma formação profissionalizante.

9.1. Evaluation of the employability of graduates by similar study programmes, based on official data:

To evaluate the employability of graduates in similar EC of the same scientific area, the DGEEC (<http://www.dgeec.mec.pt/np4/92/>) was consulted and, on 02/11/2021, the file “Characterisation of the registered unemployed with higher education qualification - December 2020” was available.

Between the years 2000 and 2019, 24589 students graduated in EC similar to the proposed one.

According to the updated data in December 2020, the total number of unemployed with higher education qualification obtained, in a similar CE, between the years 2000 and 2019 was only 1598.

Consequently, the unemployment rate of graduates in this area is around 6%, which translates into an employability rate of around 94%.

The present EC is embodied in an innovative proposal, which will allow graduates their rapid integration or progression in the labour market, since it is substantially directed towards a vocational training.

9.2. Avaliação da capacidade de atrair estudantes baseada nos dados de acesso (DGES):

Relativamente à atração de estudantes, consultou-se o DGEEC (<https://www.dgeec.mec.pt/np4/EstatVagasInsc/>) sendo que a 02/11/2021 se encontravam disponíveis os seguintes ficheiros: “Inscritos no 1.º ano, pela 1ª vez, no ano letivo de 2019/2020” e “Inscritos no 1.º ano, pela 1ª vez, no ano letivo de 2020/2021”.

Analisado o nº de inscritos dos últimos anos, em ciclos de estudos ministrados em ensino presencial, verifica-se que, em 2019/2020, se inscreveram 2504 estudantes em CE similares ao proposto e que, no ano seguinte (2020/2021), este número aumenta cerca de 20% (para 3008 estudantes).

Esta tendência crescente no número de estudantes inscritos em ciclos de estudos similares, demonstra a capacidade

para atrair estudantes. Ademais, a proposta de valor inovadora que a IES apresenta, com um ciclo de estudos ministrado em ensino a distância, irá, sem dúvida, consolidar a sua atratividade, traduzindo-se numa vantagem competitiva, que possibilita a atração de novos públicos.

9.2. Evaluation of the capability to attract students based on access data (DGES):

Regarding the attraction of students, the DGEEC (<https://www.dgeec.mec.pt/np4/EstatVagasInsc/>) was consulted and on 02/11/2021 the following files were available: "1st year enrolled for the first time in the 2019/2020 academic year" and "1st year enrolled for the first time in the 2020/2021 academic year".

Analysing the number of enrolments in recent years, in study cycles taught in face-to-face education, it can be seen that, in 2019/2020, 2504 students enrolled in ECs similar to the proposed one and that, in the following year (2020/2021), this number increases by about 20% (to 3008 students).

This growing trend in the number of students enrolled in similar study cycles demonstrates the capacity to attract students. Furthermore, the innovative value proposal that the HEI presents, with a study cycle taught in distance learning, will undoubtedly consolidate its attractiveness, translating into a competitive advantage, which enables the attraction of new publics.

10. Política de proteção de dados.

10. Política de proteção de dados.

Ao aceder pela primeira vez, aos websites das IES das quais a Ensilis, S.A. é entidade instituidora, e antes do armazenamento de cookies essenciais ou técnicos, o/a estudante depara-se com uma janela que permite a gestão dos cookies, bem como o conhecimento da Política de Privacidade e Proteção de Dados, (PPPD). A PPPD é complementada pela "Política de Cookies" e "Política de Privacidade para Avaliação a Distância", esta última complementada com os "Termos e Condições" do Campus Virtual. Vide <https://www.europeia.pt/politica-de-privacidade-e-protecao-de-dados>

A PPPD descreve os termos gerais do tratamento dos dados pessoais, respondendo, nos termos do RGPD, à identificação do responsável pelo tratamento dos dados e seus contactos, finalidades do tratamento, base da licitude, critérios para definição dos prazos de conservação, direitos dos titulares e forma de os exercer. Para mais informações, consultar

<https://www.europeia.pt/investigacao/privacy-and-data-protection-centre/legislacao>

10. Data protection policy.

On accessing, for the first time, the websites of the HEIs of which Ensilis, S.A. is the founding entity and before storing essential or technical cookies, the student is faced with a window that allows the management of cookies and knowledge of the Privacy and Data Protection Policy (PPPD). The PPPD is complemented by the "Cookies Policy" and the "Privacy Policy for Distance Learning", the latter complemented by the "Terms and Conditions" of the Virtual Campus. See <https://www.europeia.pt/politica-de-privacidade-e-protecao-de-dados>

The PPPD describes the general terms of the processing of personal data, responding, under the terms of the RGPD, to the identification of the data controller and their contacts, the purposes of processing, the basis of lawfulness, the criteria for defining retention periods, the rights of data subjects and how to exercise them. For more information, please visit

<https://www.europeia.pt/investigacao/privacy-and-data-protection-centre/legislacao>

11. Comparação com ciclos de estudos de referência no espaço europeu

11.1. Exemplos de ciclos de estudos, em modalidade presencial e/ou em Ensino a Distância, existentes em instituições de referência do Espaço Europeu de Ensino Superior com duração e estrutura semelhantes à proposta.:

O CE apresentado reveste-se de características semelhantes às praticadas no Espaço Europeu, conforme links apresentados de seguida. particularmente no que respeita à duração de 2 anos, à estrutura curricular e ao número de ECTS. São exemplos:

(i) Licenciatura Em Gestão– Universidade Aberta – Regime E-learning – Portugal:

<https://www2.uab.pt/guiainformativo/detailcursos.php?curso=15>

(ii) Marketing BA (Hons) - London School of Design & Marketing - Regime E-learning – UK/Portugal:

<https://londonlondon.com/courses/bachelors-marketing/>

(iii) Bachelor in International Marketing - Schellhammer Business School – Regime E-learning – Espanha:

<https://www.schellhammerbusinessschool.com/bachelor-in-international-marketing/>

(iv) Bachelor Marketing and Sales Management (BA) - AKAD University – Regime E-learning – Alemanha:

<https://www.akad.de/fernstudium-bachelor/studiengang/marketing-und-vertriebsmanagement/>

11.1. Examples of study programmes with similar duration and structure offered by reference institutions in the European

Higher Education Area, with a duration similar to the proposal:

The SC presented has characteristics similar to those practiced in the European Space, as shown in the links below. particularly about the 2-year duration, the curricular structure, and the number of ECTS. Examples are:

(i) Degree in Management – Universidade Aberta – E-learning Regime – Portugal:

<https://www2.uab.pt/guiainformativo/detailcursos.php?curso=15>

(ii) Marketing BA (Hons) - London School of Design & Marketing - E-learning Regime – UK/Portugal:

<https://lsdmlondon.com/courses/bachelors-marketing/>

(iii) Bachelor in International Marketing - Schellhammer Business School – Regime E-learning – Spain:

<https://www.schellhammerbusinessschool.com/bachelor-in-international-marketing/>

(iv) Bachelor Marketing and Sales Management (BA) - AKAD University – E-learning Regime – Germany:

<https://www.akad.de/fernstudium-bachelor/studiengang/marketing-und-vertriebsmanagement/>

11.2.Comparação com objetivos de aprendizagem de ciclos de estudos análogos existentes em instituições de referência do Espaço Europeu de Ensino Superior:

As semelhanças com outros ciclos análogos encontram-se no desenvolvimento de competências para a tomada de decisão no marketing e na gestão. No intuito de analisar uma instituição de destaque em Portugal no ensino à distância, a UAB supostamente elegível, não possui Licenciatura em Marketing ou Gestão de Marketing. Afinal sua Licenciatura em gestão, tem forte componente financeira, contando apenas com as UCs de marketing e marketing de serviços, que mais se aproximam do nosso objetivo no CE. Os programas London B.S., a Schellhammer B.S. e a AKAD, apesar do foco variar entre o paradigma tradicional ao digital, salvaguardando os seus méritos, na generalidade são semelhantes à proposta deste CE. O CE do IPAM está assente não apenas em Técnicas, Tecnologias, Processos, ou Estratégia, mas apresenta-se com o valor acrescido de associar atecnologias recentes à Análise de Dados no âmbito do Marketing, não apenas de forma teórica, mas em alguns casos com forte apelo hands on.

11.2.III.Comparison with the intended learning outcomes of similar study programmes offered by reference institutions in the European Higher Education Area:

Similarities with other similar cycles are found in the development of competencies for decision-making in marketing and management. In order to analyze a prominent institution in Portugal in distance learning, the supposedly eligible UAB does not have a Degree in Marketing or Marketing Management. After all, your Degree in Management has a strong financial component, with only the marketing and service marketing CUs, which are closest to our objective in the SC. The London B.S., Schellhammer B.S., and AKAD programs, although the focus varies from the traditional to the digital paradigm, safeguarding their merits, in general, are similar to the proposal of this SC. IPAM's SC is based not only on Techniques, Technologies, Processes, or Strategy, but presents itself with the added value of associating recent technologies with Data Analysis in the field of Marketing, not only theoretically, but in some cases with a strong hands-on appeal.

12. Estágios e/ou Formação em Serviço

12.1. e 12.2 Estágios e/ou Formação em Serviço

Mapa VII - Protocolos de Cooperação

Mapa VII - Protocolos de Cooperação

12.1.1.Entidade onde os estudantes completam a sua formação:

<sem resposta>

12.1.2.Protocolo (PDF, máx. 150kB):

<sem resposta>

12.2. Plano de distribuição dos estudantes

12.2.Plano de distribuição dos estudantes pelos locais de estágio e/ou formação em serviço demonstrando adequação dos recursos disponíveis (PDF, máx. 100kB):

<sem resposta>

12.3. Estratégia e recursos próprios da instituição para o acompanhamento efetivo dos seus estudantes nos estágios e/ou períodos de formação em serviço

12.3.Estratégia e recursos próprios da instituição para o acompanhamento efetivo dos seus estudantes nos estágios e/ou períodos de formação em serviço

N.A.

12.3. Institution's own resources to effectively follow its students during the in-service training periods.

N.A.

12.4. Orientadores cooperantes

12.4.1. 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 (PDF, máx. 100kB).

12.4.1 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 (PDF, máx. 100kB).

<sem resposta>

12.4.2. Orientadores cooperantes de estágio e/ou formação em serviço (obrigatório para ciclo de estudos com estágio obrigatório)

11.4.2. Mapa X. Orientadores cooperantes de estágio e/ou formação em serviço (obrigatório para ciclo de estudos com estágio obrigatório por Lei) / External supervisors responsible for following the students' activities (mandatory for study programmes with in-service training mandatory by law)

Nome / Name	Instituição ou estabelecimento a que pertence / Institution	Categoria Profissional / Professional Title	Habilitação Profissional (1)/ Professional qualifications (1)	Nº de anos de serviço / N° of working years
-------------	---	---	---	---

<sem resposta>

13. Análise SWOT do ciclo de estudos**13.1. Pontos fortes:**

1. O desenvolvimento estratégico do EaD no consórcio IPAM Lisboa-Porto determina um acompanhamento 100% a distância do estudante na sua aprendizagem ao longo da vida, nos departamentos de marketing, admissões, serviços académicos, Direção e IT.

2. O reforço dos quadros do consórcio IPAM Lisboa-Porto com profissionais com experiência e reputação permitiu o reconhecimento do Learn@Flex enquanto modelo pedagógico para o EaD (ver <https://www.ipam.pt/hubfs/IPAM-SITE/regulamentacao/ProjetoAcademicoEaD.pdf>).

3. A criação do Laboratório de Educação Digital, composto por uma equipa multidisciplinar permite concretizar o modelo Learn@Flex, no sentido de potenciar o trabalho dos docentes e melhorar a experiência de aprendizagem digital dos estudantes.

4. A parceria com a Universidade Aberta vem garantir a formação e a qualidade pedagógica do corpo docente do consórcio IPAM Lisboa-Porto.

5. O consórcio IPAM Lisboa-Porto acumula desde 2011 uma experiência relevante no EaD através de 6 programas não conferentes de grau, num total de 20 edições, cerca de 600 aulas na modalidade a distância, produção de cerca de 750 conteúdos educativos digitais, pelo Laboratório de Educação Digital, tendo sido formados cerca de 485 estudantes. Já nos dois CE conferentes de grau foram formados mais de 450 estudantes.

6. Qualidade do modelo pedagógico específico do EaD adaptado de uma IES parceira, premiada em 2012 com o "Premio de calidad" da Laureate International Universities e em 2018 com o "International E-learning Awards".

7. Existência de meios tecnológicos em convergência com a legislação em vigor.

8. Adequação do CE aos desafios emergentes na área de Marketing.

9. Especialização dos estudantes para o exercício de uma atividade profissional.

13.1. Strengths:

1. The strategic development of EaD in the IPAM Lisbon-Porto consortium determines a 100% distance monitoring of students in their lifelong learning, in the marketing, admissions, academic services, management and IT departments.

2. The reinforcement of the IPAM Lisbon-Porto consortium staff with experienced and reputable professionals allowed the recognition of Learn@Flex as a pedagogical model for EaD (see <https://www.ipam.pt/hubfs/IPAM-SITE/regulamentacao/ProjetoAcademicoEaD.pdf>).

3. *The creation of the Digital Education Lab, composed by a multidisciplinary team, allows the implementation of the Learn@Flex model, in order to enhance the work of teachers and improve the students' digital learning experience.*
4. *The partnership with Universidade Aberta guarantees the training and pedagogical quality of the teaching staff of the IPAM Lisboa-Porto consortium.*
5. *The IPAM Lisboa-Porto consortium accumulates since 2011 a relevant experience in EaD through 6 non-degree programs, a total of 20 editions, about 600 distance learning classes, production of about 750 digital educational content, by the Digital Education Laboratory, having been trained about 485 students. In the two degree-granting CE programs, more than 450 students were trained.*
6. *Quality of the specific EaD pedagogical model adapted from a partner HEI, awarded in 2012 with the "Premio de calidad" from Laureate International Universities and in 2018 with the "International E-learning Awards".*
7. *Existence of technological means in convergence with the legislation in force.*
8. *Adapting the EC to the emerging challenges in the area of Marketing.*
9. *Specialization of students for the exercise of a professional activity.*

13.2.Pontos fracos:

1. *Necessidade cíclica de atualização quanto aos sistemas de informação.*
2. *Existência de apenas um centro de investigação acreditado com Muito Bom da Universidade Europeia que engloba apenas as áreas do Design e Marketing.*
3. *Sistema interno de garantia de qualidade está ainda em fase de acreditação pela A3ES e pela ISO 9001 e 14001.*

13.2.Weaknesses:

1. *Cyclical need to update information systems.*
2. *Existence of only one research center accredited with Very Good at the European University, which encompasses only the areas of Design and Marketing.*
3. *Internal quality assurance system is still being accredited by A3ES and ISO 9001 and 14001.*

13.3.Oportunidades:

1. *Crescente procura na escolha por Portugal como um destino de estudo no Ensino Superior.*
2. *Elevada necessidade de escolarização dos países em vias de desenvolvimento de língua oficial portuguesa.*
3. *Reforço de uma cultura de investigação científica na Instituição com a contratação de docentes com perfil de investigação mais forte que o atual através do desenvolvimento da área do ensino à distância.*
4. *Recente publicação do Decreto-Lei n° 133/2019 de 3 de setembro, que aprova o regime jurídico do ensino superior ministrado a distância, abrindo a possibilidade às IES portuguesas de desenvolver este segmento.*
5. *Maior facilidade em recrutar-se docentes fora do raio de instalação da Instituição.*
6. *Atração de estudantes portugueses que não possam deslocar-se e internacionais, sobretudo dos mercados PALOP.*
7. *Promoção de parcerias académicas e científicas com instituições universitárias internacionais e empresariais de referência em Portugal e no estrangeiro.*

13.3.Opportunities:

1. *Growing search in choosing Portugal as a study destination in Higher Education.*
2. *Elevated need for schooling in Portuguese-speaking developing countries.*
3. *Reinforcement of a culture of scientific investigation in the Institution with the hiring of professors with a stronger research profile than the current one, through the development of the field of distance learning.*
4. *Recent publication of Decree-Law No. 133/2019 of 3 September, which approves the legal regime for distance higher education, opening up the possibility for Portuguese HEIs to develop this segment.*
5. *Greater ease in recruiting professors outside the institution's installation radius.*
6. *Attracting Portuguese and international students who cannot travel, especially from the PALOP markets.*
7. *Promotion of academic and scientific partnerships with leading international universities and business institutions in Portugal and abroad.*

13.4.Constrangimentos:

1. *Crise demográfica na Europa em geral, e em Portugal em particular, poderá induzir uma diminuição da procura do ensino superior.*
2. *Dimensão global do mercado do ensino à distância promove uma maior competitividade por esta modalidade de ensino em virtude da concorrência de universidades orientadas, quase exclusivamente, para o ensino à distância.*
3. *Crescimento geral da oferta dos últimos anos e elevada concorrência entre instituições de ensino superior.*
4. *Redução dos apoios sociais a estudantes (bolsas de estudo) em resultado das políticas de contenção orçamental do Estado.*
5. *Dificuldades de natureza tecnológica que os países estrangeiros de língua oficial portuguesa podem ter para integrar o ensino à distância.*
6. *Dificuldade de constituição de corpo docente com competências específicas de EaD*

13.4.Threats:

1. *Demographic crisis in Europe in general, and in Portugal in particular, could lead to a decrease in demand for higher education.*
2. *The global dimension of the distance learning market promotes greater competitiveness for this type of education due to the competition from universities that are almost exclusively oriented towards distance education.*

3. *General growth in supply in recent years and high competition between higher education institutions.*
4. *Reduction in social support for students (study scholarships) as a result of the State's budget containment policies.*
5. *Technological difficulties that Portuguese-speaking foreign countries may have to integrate distance learning.*
6. *Difficulty in constituting a faculty with specific distance education skills*

13.5.Conclusões:

1. *Especializar o NCE na área da gestão de marketing mas também na área secundária de ciências empresariais, para permitir que o estudante dê continuidade aos estudos em áreas que se complementam, numa perceção global.*
2. *Recorrer a metodologias de aprendizagem organizadas de forma a oferecer aos estudantes um percurso evolutivo aplicado à decisão estratégica de marketing, alternando entre sessões teórico-expositivas, com foco na exploração e discussão de conceitos básicos e sessões práticas, com a finalidade de aplicação dos conceitos em termos estratégicos.*
3. *Fomentar a aprendizagem ao longo da vida e a requalificação de competências por parte de profissionais em atividade nas áreas de marketing.*
4. *Inserir unidades curriculares com conteúdo e comportamental que permite oferecer uma visão holística da gestão estratégia de marketing integrada com tecnologia e tendências.*
5. *Oferecer 3 ramos de especialização na área de gestão de marketing para que os estudantes possam escolher o seu percurso e área que mais se ajusta aos seus objetivos profissionais e académicos, nomeadamente a especialização em estratégias de serviços ; estratégias digitais e, por fim, estratégias de consumo, é um diferencial importante para qualquer profissional e qualquer sucesso estratégico.*
6. *Possibilitar aos estudantes um currículo altamente competitivo e que os capacita para a estratégia de marketing, criação de novas áreas de negócio, análise de grandes quantidades de dados, departamentos de transformação digital, departamentos de gestão de clientes, departamentos criativos, e áreas de tecnologia aplicadas ao marketing e entendimento do consumidor.*
7. *Fomentar a criação de parcerias com o tecido empresarial e a participação em redes nacionais e internacionais de investigação pela qualidade reconhecida na área do CE.*
8. *Desenvolver a competência de investigação científica através de: (i) ensino da decisão suportada em estudos e análises qualitativas e quantitativas nas unidades curriculares do (i) 1º ano, com a UC de Metodologia de Investigação dotando os estudantes de conhecimentos quando ao desenho experimental do método científico, (ii) no 3º ano com Fundamentos da Programação permitindo capacitar os estudantes para o desenvolvimento de atividades de investigação, através da análise e normalização de dados, empregando técnicas de problem-solving com recurso à lógica computacional e programação, (iii) culminando com Estatística no 4º semestre e Marketing Analytics e Estudos de Mercado em seguida no 5º semestre, (iv) terminando o ciclo pela UC de Trabalho Final de Curso, que permite aos estudantes reportar resultados e discuti-los numa ótica crítica e reflexiva.*

13.5.Conclusions:

1. *Specialize the NCE in the area of marketing management but also in the secondary area of business science, to allow the student to continue their studies in areas that complement each other, from a global perspective.*
2. *Use learning methodologies organized in order to offer students an evolutionary path applied to strategic marketing decisions, alternating between theoretical and expository sessions, focusing on the exploration and discussion of basic concepts and practical sessions, with the purpose of applying the concepts in strategic terms.*
3. *Encourage lifelong learning and skills requalification by professionals working in marketing areas.*
4. *Insert curricular units with content and behavior that allow offering a holistic view of marketing strategy management integrated with technology and trends.*
5. *Offer 3 branches of specialization in the area of marketing management so that students can choose their path and area that best suits their professional and academic goals, namely specialization in service strategies; digital strategies, and, finally, consumption strategies, is an important differential for any professional and any strategic success.*
6. *Provide students with a highly competitive curriculum that empowers them in marketing strategy, creating new business areas, analyzing large amounts of data, digital transformation departments, customer management departments, creative departments, and areas of technology applied to marketing and consumer understanding.*
7. *Encourage the creation of partnerships with the business fabric and participation in national and international research networks for the quality recognized in the SC area.*
8. *Develop scientific research competence through (i) teaching decision supported by qualitative and quantitative studies and analysis in the curricular units of the (i) 1st year, with the Research Methodology CU providing students with knowledge about design experimental study of the scientific method, (ii) in the 3rd year with Fundamentals of Programming enabling students to develop research activities, through the analysis and normalization of data, using problem-solving techniques using computational logic and programming, (iii) culminating in Statistics in the 4th semester and Marketing Analytics and Market Studies in the 5th semester, (iv) ending the cycle by the Final Course Work UC, which allows students to report results and discuss them in a critical and reflective perspective.*