

Unidade Curricular	Introdução a Gestão		Área Científica	Gestão e Ciências Empresariais	
Licenciatura em	Marketing		Escola	Escola Superior de Comunicação, Administração e Turismo	
Ano Letivo	2019/2020	Ano Curricular	1	Nível	1-1
Tipo	Semestral	Semestre	1	Créditos ECTS	6.0
Horas totais de trabalho	162	Horas de Contacto	T -	TP 60	PL -
			TC -	S -	E -
			OT -	O -	
			Código	9205-608-1104-00-19	

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

Nome(s) do(s) docente(s) Ricardo Jorge Vieira Correia

Resultados da aprendizagem e competências

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

1. Sensibilizar para alguns conceitos essenciais de Management Science, relacionados com as organizações e sua envolvente;
2. Compreender os principais papéis e funções de gestão, bem como as suas divisões, com particular relevo para a função financeira da empresa;
3. Analisar questões relacionadas com a gestão financeira de curto prazo e de médio e longo prazo;
4. Adotar um sentido crítico perante a gestão, bem como uma perspetiva global e ética acerca da atividade económica.

Pré-requisitos

Antes da unidade curricular o aluno deve ser capaz de:
Não aplicável

Conteúdo da unidade curricular

1- Introdução à Gestão e suas funções. 2- Planeamento 3- Organização 4- Direção 5- Controlo 6 - Cultura Organizacional 7 - A Ética e Responsabilidade Social 8 - Ética e Deontologia do profissional de Marketing

Conteúdo da unidade curricular (versão detalhada)

1. Introdução
 - A organização
 - Ambiente interno e externo
 - As funções do gestor: Planeamento, Organização, Direção e Controlo.
2. Planeamento
 - Missão, Visão e Objetivos
 - Tipos de Plano: Estratégico e Operacional
 - Processo formal de planeamento
 - Estratégia
 - Modelo racional de tomada de decisão
3. Organização
 - Conceito de Estrutura
 - Estrutura informal
 - Estruturas organizacionais
 - A coordenação de atividades
 - O conceito de poder e autoridade
4. Direção
 - Estilos de Liderança
 - Teorias de Liderança
 - As novas lideranças
 - Coaching
 - Teorias da Motivação
5. Controlo
 - Controlo de Gestão
 - Importância do Controlo
 - Métodos de Controlo
 - Orçamentação
6. Cultura Organizacional
 - Fatores motivadores da mudança
 - Abordagens alternativas da gestão da mudança
 - Formas de resistência à mudança organizacional
7. A Ética e Responsabilidade Social
 - Responsabilidade social das empresas
 - Perspetiva Liberal e Sócio-económica
 - Ética na Gestão
8. Ética e Deontologia do profissional de Marketing

Bibliografia recomendada

1. Carvalho, J. (2012). Gestão de empresas – princípios fundamentais (2ª ed.). Edições Sílabo: Lisboa. ISBN: 978-972-618-646-5.
2. Chiavenato, I. (2000). Administração - Teoria, Processo e Prática (3ª ed.). Makron Books: São Paulo. ISBN: 855-321-348-1.
3. Costa, T. (2013). Gestão Contemporânea – Princípios, Tendências e Desafios. Edições Sílabo: Lisboa. ISBN: 978-972-618-734-9.
4. Ebert, R., & Griffin, R. (2013). Business Essentials (9th ed.). Prentice-Hall. ISBN: 978-013-266-402-8.
5. Reis, F., & Silva, M. (2012). Princípios de Gestão (1ª ed.). Edições Sílabo: Lisboa. ISBN: 978-972-618-699.

Métodos de ensino e de aprendizagem

A unidade curricular será lecionada através de aulas teórico-práticas, onde para além dos conceitos teóricos fundamentais serão propostos aos alunos exercícios de carácter prático e debates relacionados com a matéria em questão. Como recursos utilizados releva-se a disponibilização aos discentes de material de suporte e apoio às aulas bem como a utilização intensiva do Sistema de E-learning.

Alternativas de avaliação

1. Alternativa 1 - Avaliação Distribuída - (Ordinário, Trabalhador) (Final, Recurso, Especial)

Alternativas de avaliação

- Trabalhos Práticos - 40% (Trabalho e apresentação obrigatórios para todos os alunos. Nota mínima: 8.)
 - Exame Final Escrito - 60% (Exame escrito, com nota mínima de 7 valores, a realizar na época de avaliação final.)
2. Alunos em mobilidade (incoming) - (Ordinário, Trabalhador) (Final, Recurso, Especial)
- Trabalhos Práticos - 100% (Um trabalho, individual ou em grupo, sobre um dos temas lecionados.)

Língua em que é ministrada

Português, com apoio em inglês para alunos estrangeiros

Validação Eletrónica

Ricardo Jorge Vieira Correia	Ricardo Jorge Vieira Correia	Catarina Alexandra Alves Fernandes	Luisa Margarida Barata Lopes
14-10-2019	14-10-2019	14-10-2019	15-10-2019