

Unidade Curricular	Economia	Área Científica	Gestão e Ciências Empresariais
Licenciatura em	Marketing	Escola	Escola Superior de Comunicação, Administração e Turismo
Ano Letivo	2019/2020	Ano Curricular	1
Tipo	Semestral	Semestre	2
Horas totais de trabalho	162	Horas de Contacto	T - - TP 60 PL - TC - S - E - OT - O -
Nível	1-1	Créditos ECTS	6.0
Código	9205-608-1203-00-19		

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) Joao Carlos de Carvalho Franco

Resultados da aprendizagem e competências

No fim da unidade curricular o aluno deve ser capaz de: Conhecer os fundamentos da ciência económica; Interpretar a teoria do comportamento do consumidor e do produtor; Distinguir estruturas de mercado; Analisar e interpretar a informação económica.

Pré-requisitos

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

Conteúdo da unidade curricular

1. Princípios Fundamentais da Economia 2. Elementos Fundamentais da Procura e Oferta 3. Teoria do Consumidor. 4. Teoria do Produtor. 5. Estruturas de Mercado. 6. Agregados e Indicadores Macroeconómicos

Conteúdo da unidade curricular (versão detalhada)

1. PRINCÍPIOS FUNDAMENTAIS DA ECONOMIA
 - A Ciência Económica
 - Os Problemas da Organização Económica
 - Mercados e Governo Numa Economia Moderna
2. ELEMENTOS FUNDAMENTAIS DA OFERTA E DA PROCURA
 - Mecanismo de Mercado
 - Análise da Procura e da Oferta
 - Equilíbrio de mercado
3. TEORIA DO CONSUMIDOR
 - Teoria da Utilidade
 - Restrição orçamental e Preferências do Consumidor
 - Efeito Substituição e Efeito Rendimento
4. TEORIA DO PRODUTOR
 - Teoria da Produção
 - Teoria dos Custos
5. ESTRUTURAS DE MERCADO
 - Concorrência Perfeita
 - Concorrência Imperfeita
 - Monopólio
6. AGREGADOS E INDICADORES MACROECONÓMICOS
 - Conceitos e Objetivos Macroeconómicos
 - Produto interno e produto nacional
 - Produto Bruto e Líquido
 - Produto a custo de fatores e preços de mercado
 - Produto nominal e real

Bibliografia recomendada

1. Carvalho, Luísa (2014). Microeconomia e macroeconomia: Conceitos económicos fundamentais para a gestão das organizações. (2ª ed). Lisboa: Sílabo. ISBN: 978-972-618-773-8
2. Frank, Robert H. (2014). Microeconomics and behaviour (9th ed.). New York: McGraw-Hill higher education. ISBN 13 978-0078021695
3. Mankiw, N. Gregory (2012). Principles of economics (6th ed.). Mason: South-Western cengage learning. ISBN 0538453052
4. Neves, João Luís César (2011). Introdução à economia. (9.ª ed). Lisboa: Verbo. ISBN 9789722230568
5. Samuelson, P. & Nordhaus W. (2010). Economia. (19.ª ed). Lisboa: McGraw-Hill. ISBN 972-8298-83-8

Métodos de ensino e de aprendizagem

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

Alternativas de avaliação

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

Língua em que é ministrada

Português, com apoio em inglês para alunos estrangeiros

Validação Eletrónica

Joao Carlos de Carvalho Franco	Luisa Margarida Barata Lopes	Catarina Alexandra Alves Fernandes	Luisa Margarida Barata Lopes
04-03-2020	04-03-2020	05-03-2020	07-03-2020