

Caraterização da Unidade Curricular / Characterisation of the Curricular Unit

Designação da Unidade Curricular / Curricular Unit:	[31859087004] Gestão de Empresas [31859087004] Business Management		
Plano / Plan:	Plano Oficial		
Curso / Course:	Engenharia Alimentar Food Engineering		
Grau / Diploma:	Licenciado		
Departamento / Department:	Ecologia e Agricultura Sustentável (DEAS)		
Unidade Orgânica / Organic Unit:	Escola Superior Agrária de Viseu		
Área Científica / Scientific Area:	Economia Agrária e Sociologia Rural		
Ano Curricular / Curricular Year:	2		
Período / Term:	S2		
ECTS:	5		
Horas de Trabalho / Work Hours:	0138:00		
Horas de Contacto/Contact Hours:			
(T) Teóricas/Theoretical:	0030:00	(TC) Trabalho de Campo/Fieldwork:	0000:00
(TP) Teórico-Práticas/Theoretical-Practical:	0030:00	(OT) Orientação Tutorial/Tutorial Orientation:	0000:00
(P) Práticas/Practical:	0000:00	(E) Estágio/Internship:	0000:00
(PL) Práticas Laboratoriais/Practical Labs:	0000:00	(O) Outras/Others:	0000:00
(S) Seminário/Seminar:	0000:00		

Docente Responsável / Responsible Teaching

[4034] Maria Lúcia De Jesus Pato

Outros Docentes / Other Teaching

[4034] Maria Lúcia de Jesus Pato

Objetivos de Aprendizagem

- Observar a empresa e a gestão de empresas como fundamental para o desempenho da mesma;
- Observar a evolução da gestão de empresas;
- Tirar partido da análise da envolvente e do meio interno;
- Observar o marketing como fundamental ao crescimento da empresa;
- Reconhecer que as empresas devem contribuir para o desenvolvimento da sociedade

Learning Outcomes of the Curricular Unit

- Observe the enterprise and management of companies as fundamental to the performance of the same;
- Know the different legal forms of companies;
- Observe the evolution of business management;
- Take advantage of the analysis of the environment and the internal environment;
- Observe marketing as fundamental to the company's growth;
- Recognize that the role of companies has an important role in the development of the society.

Conteúdos Programáticos

- I. Gestores, gestão e empresas
 - 1.1. Conceito de empresa
 - 1.2. Gestão e os gestores
- II. Pensamento em gestão: origem e evolução

- 2.1. Abordagem clássicas
- 2.2. Abordagem Comportamental
- 2.3. Outras abordagens ao estudo das organizações
- III. Visão, Missão e objetivos
 - 3.1. A visão e a missão
 - 3.2. Os objetivos
 - 3.3. Os valores
- IV. Análise externa
 - 4.1. O macro-ambiente externo
 - 4.2. Análise da indústria
- V. Análise estratégica: o negócio e ambiente interno
 - 5.1. Definição do negócio
 - 5.2. Estratégias genéricas de negócio
 - 5.3. Identificação de recursos estratégicos
 - 5.4. Análise swot
- VI. Como organizar a empresa
 - 6.1. O significado
 - 6.2. Princípios a seguir
- VII. Orientação para o mercado e oferta de valor
- VIII. A ação de marketing
- IX. Ética empresarial e responsabilidade social
- X. Casos de estudo de empresas alimentares

Conteúdos Programáticos (Lim:1000)

1. Os Gestores, a gestão e as empresas 2. O pensamento em gestão: origem e evolução 3. Visão, missão e objetivos 4. Análise estratégica: o ambiente externo 5. Análise estratégica: o ambiente interno 6. Como organizar a empresa 7. Orientação para o mercado e oferta de valor 8. A ação de marketing 9. Ética empresarial e responsabilidade social 10. Estudos de caso

Syllabus (Lim:1000)

1. Managers, management and companies 2. Management thinking: origin and evolution 3. Vision, mission and objectives 4. Strategic analysis: the external environment 5. Strategic analysis: the internal environment 6. How to organize the company 7. Market orientation and value offer 8. The marketing action 9. Business ethics and social responsibility 10. Case studies

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

Os conteúdos programáticos foram definidos tendo em conta o alcance dos objetivos da unidade curricular, como a seguir se elucida.

- Observar a gestão de empresas como fundamental para o desempenho da mesma: capítulo I, VI
- Observar a evolução da gestão de empresas: capítulo II
- Tirar partido da análise da envolvente e do meio interno: capítulo III, IV, V
- Observar o marketing como fundamental ao crescimento da empresa: capítulo VII, VIII
- Reconhecer que o papel das empresas é o de contribuir para o desenvolvimento da sociedade: capítulo IX, X

Demonstration of the syllabus coherence with the curricular units' learning objectives

The syllabus contents were defined taking into account the achievement of the curricular unit's objectives, as explained below.

- Observe the management of companies as fundamental to its performance: chapter I, VI
- Observe the evolution of business management: chapter II
- Take advantage of the analysis of the environment and the internal environment: chapter III, IV, V
- Observe marketing as fundamental to the company's growth: chapter VII, VIII
- Recognize that the role of companies is to contribute to the development of society: chapter IX, X

Metodologias de Ensino (Avaliação incluída)

A metodologia de ensino aprendizagem assenta na exposição dos conhecimentos teóricos, na discussão dos mesmos por parte dos alunos e na elaboração de fichas formativas para acompanharem de perto o que irá sendo transmitido. Paralelamente serão analisados estudos de caso, para que os alunos possam observar melhor o que envolve a gestão empresarial.

Metodologias de Ensino (Avaliação incluída; Lim:1000)

A metodologia de ensino aprendizagem assenta na exposição dos conhecimentos teóricos, na discussão dos mesmos por parte dos alunos e na elaboração de fichas formativas para acompanharem de perto o que irá sendo transmitido. Paralelamente serão analisados estudos de caso, para que os alunos possam observar melhor o que envolve a gestão empresarial.

Avaliação

- a) A avaliação dos conhecimentos é contínua. É efetuada mediante a realização de uma prova escrita (exame) e de um trabalho prático.
- b) A nota do trabalho prático refletirá (também) o empenhamento e a participação dos alunos na elaboração do mesmo ao longo do semestre.
- c) As notas das provas escritas e do trabalho prático deverão ser iguais ou superiores a 10 valores.
- d) A nota final resultará da seguinte equação:

Nota Final = 0,7 prova escrita + 0,3 trabalho prático

Teaching Methodologies (Including evaluation; Lim:1000)

The teaching-learning methodology is based on the exposure of theoretical knowledge, on the discussion of it by students and on the elaboration of training sheets to closely monitor what will be transmitted. In parallel, case studies will be analysed, so that students can better observe what business management involves.

Assessment

- a) Knowledge assessment is continuous. It is carried out through a written test (exam) and practical work.
- b) The grade of the practical work will (also) reflect the commitment and participation of the students in the elaboration of it throughout the semester.
- c) The marks of the written tests and the practical work must be equal to or higher than 10 values.
- d) The final grade will result from the following equation:

Final grade = 0.7 written test + 0.3 practical assignment

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

Nas aulas teóricas são apresentados e discutidos os conceitos relativos à gestão de empresas. Nas aulas teórico-práticas, com uma vertente de aplicação mais prática os alunos são levados a resolver fichas formativas e desenvolver um trabalho de investigação com vista a aplicar os conhecimentos transmitidos. Desta forma conseguirão mais facilmente alcançar os objetivos definidos.

Demonstration of the coherence between the teaching methodologies and the learning outcomes

In the theoretical classes, concepts related to enterprise management are presented and discussed. In the theoretical-practical classes, with a more practical application aspect, students are led to solve training sheets and develop research work in order to apply the knowledge transmitted. Using this approach they will be able to more easily reach the defined objectives of the unit.

Bibliografia / Bibliography

- Costa, H (2010). Criação & Gestão de Micro-Empresas & Pequenos Negócios. Lidel, Lisboa.
- Cruz, E. (2003). Criar uma empresa de sucesso. Edições Sílabo, Lisboa.
- Baynast, A.; Lendrevie, J.; Lévy, J.& Dionísio, P & Rodrigues, V. (2018). Mercator O Marketing na Era Digital. Edições D. Quixote, Lisboa.
- Ferreira, M; Santos, J.C. & Serra, F.R. (2008). Ser Empreendedor Pensar, Criar e Moldar a Nova Empresa. Edições Sílabo, Lisboa
- Ferreira, M; Santos, J.C.; Nuno, R. & Marques, T. (2016). Gestão Empresarial. Lidel. Lisboa.
- Teixeira, S. (2005). Gestão das Organizações (2ª edição). McGrawHill, Madrid.

Bibliografia / Bibliography (Lim:1000)

- Costa, H (2010). Criação & Gestão de Micro-Empresas & Pequenos Negócios. Lidel, Lisboa.
- Cruz, E. (2003). Criar uma empresa de sucesso. Edições Sílabo, Lisboa.
- Baynast, A.; Lendrevie, J.; Lévy, J.& Dionísio, P & Rodrigues, V. (2018). Mercator O Marketing na Era Digital. Edições D. Quixote, Lisboa.
- Ferreira, M; Santos, J.C. & Serra, F.R. (2008). Ser Empreendedor Pensar, Criar e Moldar a Nova Empresa. Edições Sílabo, Lisboa
- Ferreira, M; Santos, J.C.; Nuno, R. & Marques, T. (2016). Gestão Empresarial. Lidel. Lisboa.
- Teixeira, S. (2005). Gestão das Organizações (2ª edição). McGrawHill, Madrid.

Observações

Costa, H (2010). Criação & Gestão de Micro-Empresas & Pequenos Negócios. Lidel, Lisboa.

Cruz, E. (2003). Criar uma empresa de sucesso. Edições Sílabo, Lisboa.

Baynast, A.; Lendrevie, J.; Lévy, J.& Dionísio, P & Rodrigues, V. (2018). Mercator O Marketing na Era Digital. Edições D. Quixote, Lisboa.

Ferreira, M; Santos, J.C. & Serra, F.R. (2008). Ser Empreendedor Pensar, Criar e Moldar a Nova Empresa. Edições Sílabo, Lisboa

Ferreira, M; Santos, J.C.; Nuno, R. & Marques, T. (2016). Gestão Empresarial. Lidel. Lisboa.

Teixeira, S. (2005). Gestão das Organizações (2ª edição). McGrawHill, Madrid.

Observations

«Observations»

Observações complementares