

PERA/1516/0902327 — Apresentação do pedido corrigido

Caracterização do pedido

0. Âmbito do guião e síntese das principais alterações/melhorias introduzidas no ciclo de estudos desde o processo de acreditação prévia.

0.1. Síntese das alterações introduzidas nos itens pré-preenchidos e indicação das razões que as motivaram.

Pretendeu-se com esta alteração proceder a uma maior uniformização entre os dois cursos (versão part time-executivo e versão full time- internacional) garantido que as disciplinas obrigatórias apresentem o mesmo programa curricular, o mesmo número de ECTS e o mesmo número de horas de trabalho total.

0.1. Summary of changes submitted to the pre-filled items, and its main reasons.

The aim of this alteration was to achieve a greater standardization between the two courses (part time-executive version and full time- international version), ensuring that the courses present the same curricular program, the same number of ECTS and the same number of hours of total work.

0.2. Outras observações relevantes sobre a evolução da implementação do ciclo de estudos (facultativo).

<sem resposta>

0.2. Other relevant observations on the progress of the implementation of the study programme (optional).

<no answer>

Perguntas A1 a A4

A1. Instituição de ensino superior / Entidade instituidora:

Universidade Nova De Lisboa

A1.a. Outras Instituições de ensino superior / Entidades instituidoras:

Universidade Católica Portuguesa

A2. Unidade(s) orgânica(s) (faculdade, escola, instituto, etc.):

Faculdade De Economia (UNL)

Faculdade De Ciências Económicas E Empresariais (UCP)

A3. Designação do ciclo de estudos:

Gestão de Empresas / Thelisbonmba

A3. Study programme name:

Thelisbonmba

A4. Grau:

Mestre

Perguntas A5 a A10

A5. Área científica predominante do ciclo de estudos:

Gestão

A5. Main scientific area of the study programme:

Management

A6.1. Classificação da área principal do ciclo de estudos (3 dígitos), de acordo com a Portaria n.º 256/2005, de 16 de Março (CNAEF):

345

A6.2. Classificação da área secundária do ciclo de estudos (3 dígitos), de acordo com a Portaria n.º 256/2005, de 16 de Março (CNAEF), se aplicável:

345

A6.3. Classificação de outra área secundária do ciclo de estudos (3 dígitos), de acordo com a Portaria n.º 256/2005, de 16 de Março (CNAEF), se aplicável:

<sem resposta>

A7. Número de créditos ECTS necessário à obtenção do grau:

93

A8. Duração do ciclo de estudos (art.º 3 DL-74/2006, de 26 de Março):

FullTime(1 ano escolar e 1 ano para a tese) ou PartTime(2 anos escolares e 1 ano para a tese)

A8. Duration of the study programme (art.º 3 DL-74/2006, March 26th):

FullTime (1 year -classes: one year thesis) OR Part-Time(2 years - classes: one year thesis)

A9. Número de vagas proposto:

130

A10. Condições específicas de ingresso:

A candidatura exige pelo menos 3 anos de experiência profissional; licenciatura em qualquer área; exame do TOEFL ou equivalente; exame do GMAT ou GRE; processo de candidatura on-line que inclui certificados de habilitações, 4 ensaios escritos e 1 vídeo; 2 referências e entrevista.

A10. Specific entry requirements:

Candidates must have at least 3 years of professional experience; a bachelor's degree in any subject; must fill out the on-line forms, including university transcripts, 4 written essays and 1 video essay; present a TOEFL score or equivalent; present a GMAT or GRE score; two recommendations and an interview.

Pergunta A11

Pergunta A11

A11. Percursos alternativos como ramos, variantes, áreas de especialização do mestrado ou especialidades do doutoramento em que o ciclo de estudos se estrutura (se aplicável):

Sim (por favor preencha a tabela A 11.1. Ramos, variantes, áreas de especialização de mestrado ou especialidades de doutoramento)

A11.1. Ramos, variantes, áreas de especialização do mestrado ou especialidades do doutoramento (se aplicável)

A12.1. Ramos, opções, perfis, maior/menor, ou outras formas de organização de percursos alternativos em que o ciclo de estudos se estrutura (se aplicável) / Branches, options, profiles, major/minor, or other forms of organisation of alternative paths compatible with the structure of the study programme (if applicable)

Opções/Ramos/... (se aplicável):

The Lisbon MBA Internacional (Full Time)

The Lisbon MBA Part -Time (Executivo)

Options/Branches/... (if applicable):

The Lisbon MBA International (Full time)

The Lisbon MBA Part -Time (Executive)

A12. Estrutura curricular

Mapa I - The Lisbon MBA International (FT)

A12.1. Ciclo de Estudos:

Gestão de Empresas / TheLisbonmba

A12.1. Study Programme:

TheLisbonmba

A12.2. Grau:

Mestre

A12.3. Ramo, variante, área de especialização do mestrado ou especialidade do doutoramento (se aplicável):
The Lisbon MBA International (FT)

A12.3. Branch, option, specialization area of the master or speciality of the PhD (if applicable):
The Lisbon MBA International (FT)

A12.4. Áreas científicas e créditos que devem ser reunidos para a obtenção do grau / Scientific areas and credits that must be obtained before a degree is awarded

Área Científica / Scientific Area	Sigla / Acronym	ECTS Obrigatórios / Mandatory ECTS	ECTS Mínimos Optativos / Minimum Optional ECTS*
Economia / Business Economics	E	3.5	0
Métodos Matemáticos / Quantitative Analyses	M	3.5	0
Gestão - parte lectiva / Management	G	33	14
Gestão - trabalho de projecto / Thesis	G	33	0
Formação Geral / Current Knowledge	F	6	0
(5 Items)		79	14

Mapa I - The Lisbon MBA Part-Time - Executivo

A12.1. Ciclo de Estudos:
Gestão de Empresas / TheLisbonmba

A12.1. Study Programme:
TheLisbonmba

A12.2. Grau:
Mestre

A12.3. Ramo, variante, área de especialização do mestrado ou especialidade do doutoramento (se aplicável):
The Lisbon MBA Part-Time - Executivo

A12.3. Branch, option, specialization area of the master or speciality of the PhD (if applicable):
The Lisbon MBA Part-Time - Executivo

A12.4. Áreas científicas e créditos que devem ser reunidos para a obtenção do grau / Scientific areas and credits that must be obtained before a degree is awarded

Área Científica / Scientific Area	Sigla / Acronym	ECTS Obrigatórios / Mandatory ECTS	ECTS Mínimos Optativos / Minimum Optional ECTS*
Métodos Matemáticos / Quantitative Analyses	M	3.5	0
Gestão (parte lectiva) / Management	G	34.5	14
Gestão (trabalho de projecto) / thesis	G	33	0
Formação Geral / General Knowledge	F	4.5	0
Economia / Business Economics	E	3.5	0
(5 Items)		79	14

Perguntas A13 e A16

A13. Regime de funcionamento:
Outros

A13.1. Se outro, especifique:
Diurno no caso do Internacional (Full-Time) e pós-laboral no caso do Part-Time.

A13.1. If other, specify:

During the day for International (Full-Time) and evenings and weekends for Part-Time.

A14. Local onde o ciclo de estudos será ministrado:

Na Universidade Católica - Católica Lisbon e na Universidade Nova de Lisboa - Nova SBE, em ambos os programas e por períodos equivalentes.

No caso do programa de Internacional os alunos terão igualmente um mês de aulas em Boston (USA) no MIT- Sloan.

A14. Premises where the study programme will be lectured:

The students have classes at Universidade Católica - Católica Lisbon and Universidade Nova de Lisboa - Nova SBE, in both programs and for equal time periods.

In the International program, students also have classes for a month in Boston (USA), MIT- Sloan.

A15. Regulamento de creditação de formação e experiência profissional (PDF, máx. 500kB):

[A15_Regulamento de creditação.pdf](#)

A16. Publicação do plano de estudos em Diário da República (nº e data):

reg81-2012- DR 2º serie 42 de 28/ 02/2012 e reg 86-2012 - DR 2º serie 43 de 29/02/2012

A17. Observações:

<sem resposta>

A17. Observations:

<no answer>

Instrução do pedido

1.Coordenação do ciclo de estudos

1.1. Docente(s) responsável(eis) pela coordenação da implementação do ciclo de estudos

A(s) respetiva(s) ficha(s) curricular(es) deve(m) ser apresentada(s) no Mapa IV.

O Prof. David Patient pela Católica Lisbon (UCP) e o Prof. Paulo de Pinho pela Nova SBE (UNL)

2. Plano de estudos

Mapa II - The Lisbon MBA Part-Time (Executivo) - 1º Trimestre (Setembro-Dezembro)

2.1. Ciclo de Estudos:

Gestão de Empresas / Thelisonmba

2.1. Study Programme:

Thelisonmba

2.2. Grau:

Mestre

2.3. Ramo, variante, área de especialização do mestrado ou especialidade do doutoramento (se aplicável):

The Lisbon MBA Part-Time (Executivo)

2.3. Branch, option, specialization area of the master or speciality of the PhD (if applicable):

The Lisbon MBA Part-Time (Executive)

2.4. Ano/semestre/trimestre curricular:

1º Trimestre (Setembro-Dezembro)

2.4. Curricular year/semester/trimester:

1st Quarter (September-December)

2.5. Plano de estudos / Study plan

Unidades Curriculares / Curricular Units Área Científica Duração / Horas Trabalho Horas Contacto ECTS Observações /

	/ Scientific Area (1)	Duration (2)	/ Working Hours (3)	/ Contact Hours (4)		Observations (5)
Métodos Quantitativos / Uncertainty and Decision Making	M	Trimestral	94.5	TP: 27	3.5	Obrigatória/ Mandatory
Marketing / Marketing Management	G	Trimestral	94.5	TP: 27	3.5	Obrigatória/ Mandatory
Contabilidade Financeira / Financial Accounting	G	Trimestral	94.5	TP: 27	3.5	Obrigatória/Mandatory
Competências de liderança - Desenvolvimento Pessoal / Leadership stream - 360° Development Process	F	Anual	70	TP:20	2.5	Obrigatória / Mandatória

(4 Items)

Mapa II - The Lisbon MBA Part-Time (Executivo) - 2º Trimestre (Janeiro a Abril)

2.1. Ciclo de Estudos:

Gestão de Empresas / TheLisbonmba

2.1. Study Programme:

TheLisbonmba

2.2. Grau:

Mestre

2.3. Ramo, variante, área de especialização do mestrado ou especialidade do doutoramento (se aplicável):

The Lisbon MBA Part-Time (Executivo)

2.3. Branch, option, specialization area of the master or speciality of the PhD (if applicable):

The Lisbon MBA Part-Time (Executive)

2.4. Ano/semestre/trimestre curricular:

2º Trimestre (Janeiro a Abril)

2.4. Curricular year/semester/trimester:

2nd Quarter (January -April)

2.5. Plano de estudos / Study plan

Unidades Curriculares / Curricular Units	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Observações / Observations (5)
Economia de Empresa / Markets and Competition	E	trimestral	94.5	TP:27	3.5	Obrigatória/ Mandatory
Finanças / Corporate Finance	G	Trimestral	94.5	TP:27	3.5	Obrigatória/ Mandatory
Comportamento Organizacional / Organizational Behavior	G	Trimestral	94.5	TP:27	3.5	Obrigatória/ Mandatory

(3 Items)

Mapa II - The Lisbon MBA Part-Time (Executivo) - 3º Trimestre (Maio - Julho)

2.1. Ciclo de Estudos:

Gestão de Empresas / TheLisbonmba

2.1. Study Programme:

TheLisbonmba

2.2. Grau:

Mestre

2.3. Ramo, variante, área de especialização do mestrado ou especialidade do doutoramento (se aplicável):

*The Lisbon MBA Part-Time (Executivo)***2.3. Branch, option, specialization area of the master or speciality of the PhD (if applicable):***The Lisbon MBA Part-Time (Executivo)***2.4. Ano/semestre/trimestre curricular:***3º Trimestre (Maio - Julho)***2.4. Curricular year/semester/trimester:***3rd Quarter (May - July)***2.5. Plano de estudos / Study plan**

Unidades Curriculares / Curricular Units	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Observações / Observations (5)
Gestão Bancária / Banking	G	Trimestral	54	TP:18	2	Elective/ Optativa
Comportamento do Consumidor / Consumer Behavior	G	Trimestral	54	TP:18	2	Elective/ Optativa
Aplicações Financeiras / Financial Investments	G	Trimestral	54	TP:18	2	Elective/ Optativa
Inteligência Emocional / Management and Emotional Intelligence	G	Trimestral	54	TP:18	2	Elective/ Optativa
Estudos de Mercado / Market Research	G	Trimestral	54	TP:18	2	Elective/ Optativa
Direito Empresarial / Business Law	G	Trimestral	54	TP:18	2	Elective/ Optativa
Capital em Mercados Globais / Raising Capital in Global Markets	G	Trimestral	54	TP:18	2	Elective/ Optativa
Gestão de Marcas / Brand Management	G	Trimestral	54	TP: 18	2	Elective/ Optativa
Investimento Financeiro e Gestão de Risco / Private Equity and Venture Capital	G	Trimestral	54	TP: 18	2	Elective/ optativa
Financiamento Imobiliário / Real Estate Finance	G	Trimestral	54	TP:18	2	Elective /optativa
Experiência Internacional / International Immersion	G	Weekly	54	TP:18	2	Mandatory / Obrigatoria
Marketing internacional / International marketing	G	Trimestral	54	TP:18	2	Elective / optativa
Macroeconomia e Mercados Financeiros / Macroeconomics and Financial Markets	G	Trimestral	54	TP:18	2	Elective / Optativa
Reestruturação Societária / Corporate Restructuring	G	Trimestral	54	TP:18	2	Elective / optativa

(14 Items)**Mapa II - The Lisbon MBA Part-Time (Executivo) - 4º Trimestre (Setembro - Dezembro)****2.1. Ciclo de Estudos:***Gestão de Empresas / TheLisbonmba***2.1. Study Programme:***TheLisbonmba***2.2. Grau:***Mestre***2.3. Ramo, variante, área de especialização do mestrado ou especialidade do doutoramento (se aplicável):***The Lisbon MBA Part-Time (Executivo)***2.3. Branch, option, specialization area of the master or speciality of the PhD (if applicable):***The Lisbon MBA Part-Time (Executivo)***2.4. Ano/semestre/trimestre curricular:**

4º Trimestre (Setembro - Dezembro)**2.4. Curricular year/semester/trimester:**
*4th Quarter (September - December)***2.5. Plano de estudos / Study plan**

Unidades Curriculares / Curricular Units	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Observações / Observations (5)
Controle de Gestão / Value Based Management and Control	G	Trimestral	54	TP:18	2	Obrigatória/ Mandatory
Processos e Operações / Processes and Operations Management	G	Trimestral	94.5	TP:27	3.5	Obrigatória/ Mandatory
Gestão Estratégica / Strategy and Value Creation	G	Trimestral	94.5	TP: 27	3.5	Obrigatória/ Mandatory

(3 Items)

Mapa II - The Lisbon MBA Part-Time (Executivo) - 5º Trimestre (Janeiro-Abril)**2.1. Ciclo de Estudos:**
*Gestão de Empresas / TheLisbonmba***2.1. Study Programme:**
*TheLisbonmba***2.2. Grau:**
*Mestre***2.3. Ramo, variante, área de especialização do mestrado ou especialidade do doutoramento (se aplicável):**
*The Lisbon MBA Part-Time (Executivo)***2.3. Branch, option, specialization area of the master or speciality of the PhD (if applicable):**
*The Lisbon MBA Part-Time (Executive)***2.4. Ano/semestre/trimestre curricular:**
*5º Trimestre (Janeiro-Abril)***2.4. Curricular year/semester/trimester:**
*5th Quarter (January-April)***2.5. Plano de estudos / Study plan**

Unidades Curriculares / Curricular Units	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Observações / Observations (5)
Complementos de Finanças / Advanced Corporate Finance	G	Trimestral	94.5	TP:27	3.5	Obrigatória/ Mandatory
Ética e Sustentabilidade Empresarial / Business Ethics and Sustainability	G	Trimestral	54	TP:18	2	Obrigatória/ Mandatory
Estudo de Casos / Business Cases	G	Trimestral	54	TP:18	2	Optativa/ Elective
Inovação e Intraempreendedorismo / Innovation and Intrapreneurship	G	Trimestral	54	TP:18	2	Obrigatória/ Mandatory

(4 Items)

Mapa II - The Lisbon MBA Part-Time (Executivo) - 6º Trimestre (Maio - Julho)**2.1. Ciclo de Estudos:**
Gestão de Empresas / TheLisbonmba

2.1. Study Programme:*TheLisbonmba***2.2. Grau:***Mestre***2.3. Ramo, variante, área de especialização do mestrado ou especialidade do doutoramento (se aplicável):***The Lisbon MBA Part-Time (Executivo)***2.3. Branch, option, specialization area of the master or speciality of the PhD (if applicable):***The Lisbon MBA Part-Time (Executive)***2.4. Ano/semestre/trimestre curricular:***6º Trimestre (Maio - Julho)***2.4. Curricular year/semester/trimester:***6th Quarter (May-July)***2.5. Plano de estudos / Study plan**

Unidades Curriculares / Curricular Units	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Observações / Observations (5)
Consultoria / Lisbon Lab Consulting Project	G	Trimestral	108	TP:33	4	Obrigatória Condicionada / Conditional Mandatory
Análise de Casos Financeiros / Cases in Corporate Finance	G	Trimestral	54	TP:18	2	Optativa/ Elective
Gestão da Mudança / Change Management	G	Trimestral	54	TP:18	2	Optativa/ Elective
Gestão Corporativa / Corporate Governance	G	Trimestral	54	TP:18	2	Optativa/ Elective
Negociação / Negotiation	G	Trimestral	54	TP:18	2	Optativa/ Elective
Mercado do Luxo / Luxury Marketing and Strategy	G	Trimestral	54	TP:18	2	Optativa/ Elective
Inovação Financeira / Financial Innovation	G	Trimestral	54	TP:18	2	Optativa/ Elective
Empreendedorismo / Entrepreneurship - from Idea to Enterprise	G	Trimestral	108	TP:33	4	Obrigatória Condicionada / Conditional Mandatory
Gestão de Abastecimentos / Supply Chain Management	G	Trimestral	54	TP:18	2	Optativa / Elective
Negócios de Futuros / Future Business - Meeting Global Challenges	G	Trimestral	54	TP:18	2	Optativa / Elective
Gestão de Recursos Humanos / Human Resources Management	G	Trimestral	54	TP:18	2	Optativa / Elective
Gestão de Risco / Financial Risk Management	G	Trimestral	54	TP:18	2	Optativa / Elective
(12 Items)						

Mapa II - The Lisbon MBA International (Full-Time) - 1º Bimestre (Janeiro-Março)**2.1. Ciclo de Estudos:***Gestão de Empresas / TheLisbonmba***2.1. Study Programme:***TheLisbonmba***2.2. Grau:***Mestre***2.3. Ramo, variante, área de especialização do mestrado ou especialidade do doutoramento (se aplicável):***The Lisbon MBA International (Full-Time)*

2.3. Branch, option, specialization area of the master or speciality of the PhD (if applicable):*The Lisbon MBA International (Full-Time)***2.4. Ano/semestre/trimestre curricular:***1º Bimestre (Janeiro-Março)***2.4. Curricular year/semester/trimester:***1st Bimester (January - March)***2.5. Plano de estudos / Study plan**

Unidades Curriculares / Curricular Units	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Observações / Observations (5)
Economia de Empresa / Markets and Competition	G	Bimestral	94.5	TP:27	3.5	Obrigatória/ Mandatory
Contabilidade Financeira / Financial Accounting	G	Bimestral	94.5	TP:27	3.5	Obrigatória/ Mandatory
Equipas e Organizações / People and Organizations	G	Bimestral	94.5	TP:27	3.5	Obrigatória/ Mandatory
Métodos Quantitativos / Uncertainty and Decision Making	M	Biimestral	94.5	TP:27	3.5	Obrigatória/ Mandatory
Friday Forum & Careers	F	anual	152	TP:162	6	Obrigatória / Mandatory

(5 Items)

Mapa II - The Lisbon MBA International (Full-Time) - 2º Bimestre (Março-Maio)**2.1. Ciclo de Estudos:***Gestão de Empresas / TheLisbonmba***2.1. Study Programme:***TheLisbonmba***2.2. Grau:***Mestre***2.3. Ramo, variante, área de especialização do mestrado ou especialidade do doutoramento (se aplicável):***The Lisbon MBA International (Full-Time)***2.3. Branch, option, specialization area of the master or speciality of the PhD (if applicable):***The Lisbon MBA International (Full-Time)***2.4. Ano/semestre/trimestre curricular:***2º Bimestre (Março-Maio)***2.4. Curricular year/semester/trimester:***2nd Bimester (March -May)***2.5. Plano de estudos / Study plan**

Unidades Curriculares / Curricular Units	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Observações / Observations (5)
Marketing / Marketing Management	G	Bimestral	94.5	TP:27	3.5	Obrigatória/ Mandatory
Finanças / Corporate Finance	G	Bimestral	94.5	TP:27	3.5	Obrigatória/ Mandatory
Processos e Operações / Processes and Operations Management	G	Bimestral	94.5	TP:27	3.5	Obrigatória/ Mandatory
Gestão Estratégica / Strategy and	G	Bimestral	94.5	TP:27	3.5	Obrigatória/

Value Creation
(4 Items)

Mandatory

Mapa II - The Lisbon MBA International (Full-Time) - 3º Bimestre (Maio - Junho)

2.1. Ciclo de Estudos:

Gestão de Empresas / TheLisbonmba

2.1. Study Programme:

TheLisbonmba

2.2. Grau:

Mestre

2.3. Ramo, variante, área de especialização do mestrado ou especialidade do doutoramento (se aplicável):

The Lisbon MBA International (Full-Time)

2.3. Branch, option, specialization area of the master or speciality of the PhD (if applicable):

The Lisbon MBA International (Full-Time)

2.4. Ano/semestre/trimestre curricular:

3º Bimestre (Maio - Junho)

2.4. Curricular year/semester/trimester:

3rd Bimester (May - June)

2.5. Plano de estudos / Study plan

Unidades Curriculares / Curricular Units	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Observações / Observations (5)
Processos Organizacionais / Organizational Processes	G	Bimestral	54	TP:18	2	Obrigatória/ Mandatory
Liderança / Enacting Leadership: Shakespeare and Performance	G	Bimestral	27	TP:12	1	Obrigatória/ Mandatory
Legislação e Ética / Global Compliance and Ethical Issues - The Law Module	G	Bimestral	54	TP:20	2	Obrigatória/ Mandatory
Estratégias para o Mercado Global / Global Markets and Strategy	G	Bimestral	54	TP:18	2	Obrigatória/ Mandatory
Inovação Tecnológica e Empreendedorismo / Managing Technological Innovation and Entrepreneurship	G	Bimestral	54	TP:24	2	Obrigatória/ Mandatory

(5 Items)

Mapa II - The Lisbon MBA International (Full-Time) - 4º Bimestre (Setembro - Outubro)

2.1. Ciclo de Estudos:

Gestão de Empresas / TheLisbonmba

2.1. Study Programme:

TheLisbonmba

2.2. Grau:

Mestre

2.3. Ramo, variante, área de especialização do mestrado ou especialidade do doutoramento (se aplicável):

The Lisbon MBA International (Full-Time)

2.3. Branch, option, specialization area of the master or speciality of the PhD (if applicable):

The Lisbon MBA International (Full-Time)

2.4. Ano/semestre/trimestre curricular:*4º Bimestre (Setembro - Outubro)***2.4. Curricular year/semester/trimester:***4th Bimester (September - October)***2.5. Plano de estudos / Study plan**

Unidades Curriculares / Curricular Units	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Observações / Observations (5)
Gestão de Marcas / Brand Management	G	Bimestral	54	TP:18	2	Optativa/Elective
Gestão Bancária / Banking	G	Bimestral	54	TP: 18	2	Optativa/ Elective
Negociação / Negotiation	G	Bimestral	54	TP:18	2	Optativa/ Elective
Gestão Corporativa / Corporate Governance	G	Bimestral	54	TP:18	2	Optativa/ Elective
Estudos de Mercado / Market Research	G	Bimestral	54	TP:18	2	Optativa/ Elective
Capital em Mercados Globais / Raising Capital in Global Markets	G	Bimestral	54	TP:18	2	Optativa / Elective
Controle de Gestão / Value Based Management and Control	G	Bimestral	54	TP:18	2	Obrigatória/ Mandatory
Empreendedorismo / Entrepreneurship - from idea to enterprise	G	Bimestral	108	TP:33	4	Obrigatória Condicionada / Conditional Mandatory
Consultoria / Lisbon Lab Consulting Project	G	Bimestral	108	TP:33	4	Obrigatória Condicionada / Conditional Mandatory
Inovação Financeira / Financial Innovation	G	Bimestral	54	TP:18	2	Optativa /Elective
Negócios de Futuro / Future Business - Meeting Global Challenges	G	Bimestral	54	TP:18	2	Optativa/ Elective
Mercado do Luxo / Luxury Marketing and Strategy	G	Bimestral	54	TP:18	2	Optativa / Elective
Macroeconomia e Mercados Financeiros / Macroeconomics and Financial Markets	G	Bimestral	54	TP:18	2	Optativa / Elective
Aplicações Financeiras / Financial Investments	G	Bimestral	54	TP: 18	2	Optativa / Elective

(14 Items)

Mapa II - The Lisbon MBA International (Full-Time) - 5º Bimestre (Novembro - Dezembro)**2.1. Ciclo de Estudos:***Gestão de Empresas / TheLisbonmba***2.1. Study Programme:***TheLisbonmba***2.2. Grau:***Mestre***2.3. Ramo, variante, área de especialização do mestrado ou especialidade do doutoramento (se aplicável):***The Lisbon MBA International (Full-Time)***2.3. Branch, option, specialization area of the master or speciality of the PhD (if applicable):***The Lisbon MBA International (Full-Time)***2.4. Ano/semestre/trimestre curricular:***5º Bimestre (Novembro - Dezembro)***2.4. Curricular year/semester/trimester:***5th Bimester (November - December)*

2.5. Plano de estudos / Study plan

Unidades Curriculares / Curricular Units	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Observações / Observations (5)
Empreendedorismo / Entrepreneurship - from idea to enterprise	G	Bimestral	108	TP:33	4	Obrigatória Condicionada / Conditional Mandatory
Consultoria / Lisbon Lab Consulting Project	G	Bimestral	108	TP:33	4	Obrigatória Condicionada / Conditional Mandatory
Reestruturação Societária / Corporate Restructuring	G	Bimestral	54	TP:18	2	Optativa/ Elective
Negociar Noutras Culturas / Doing Business in: Emerging Trade-Blocs in Africa & Latin America	G	Bimestral	54	TP:18	2	Optativa/ Elective
Tecnologias de Informação / Information and Knowledge Management	G	Bimestral	54	TP:18	2	Optativa/ Elective
Comportamento do Consumidor / Consumer Behavior	G	Bimestral	54	TP:18	2	Optativa/ Elective
Investimento Financeiro e Gestão de Risco / Private Equity and Venture Capital	G	Bimestral	54	TP:18	2	Optativa / Elective
Gestão de Risco / Financial Risk Management	G	Bimestral	54	TP:18	2	Optativa / Elective
Marketing Internacional / International Marketing	G	Bimestral	54	TP:18	2	Optativa / Elective
Financiamento Imobiliário / Real Estate Finance	G	Bimestral	54	TP:18	2	Optativa / Elective
Gestão de Abastecimentos / Supply Chain Management	G	Bimestral	54	TP18	2	Optativa / Elective
(11 Items)						

Mapa II - The Lisbon MBA Part-time (Executivo) - Ano 3**2.1. Ciclo de Estudos:***Gestão de Empresas / TheLisbonmba***2.1. Study Programme:***TheLisbonmba***2.2. Grau:***Mestre***2.3. Ramo, variante, área de especialização do mestrado ou especialidade do doutoramento (se aplicável):***The Lisbon MBA Part-time (Executivo)***2.3. Branch, option, specialization area of the master or speciality of the PhD (if applicable):***The Lisbon MBA Part-time (Executivo)***2.4. Ano/semestre/trimestre curricular:***Ano 3***2.4. Curricular year/semester/trimester:***3rd year***2.5. Plano de estudos / Study plan**

Unidades Curriculares / Curricular Units	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Observações / Observations (5)
Dissertação / projecto	G	Anual / yearly	891	OT:18	33	Obrigatória / Mandatory
(1 Item)						

Mapa II - The Lisbon MBA International (Full-time) - Ano 2**2.1. Ciclo de Estudos:***Gestão de Empresas / TheLisbonmba***2.1. Study Programme:***TheLisbonmba***2.2. Grau:***Mestre***2.3. Ramo, variante, área de especialização do mestrado ou especialidade do doutoramento (se aplicável):***The Lisbon MBA International (Full-time)***2.3. Branch, option, specialization area of the master or speciality of the PhD (if applicable):***The Lisbon MBA International (Full-time)***2.4. Ano/semestre/trimestre curricular:***Ano 2***2.4. Curricular year/semester/trimester:***2nd year***2.5. Plano de estudos / Study plan**

Unidades Curriculares / Curricular Units	Área Científica / Scientific Area (1)	Duração / Duration (2)	Horas Trabalho / Working Hours (3)	Horas Contacto / Contact Hours (4)	ECTS	Observações / Observations (5)
Dissertação / Projecto (1 Item)	G	Anual / Yearly	891	OT:18	33	Obrigatória / Mandatory

3. Objetivos do ciclo de estudo e Unidades Curriculares**3.1. Dos objetivos do ciclo de estudos****3.1.1. Objetivos gerais definidos para o ciclo de estudos:***Foram definidos para cada programa de MBA objetivos de aprendizagem ao nível de:*

- *Conhecimento baseado em disciplinas*
- *Objectivos de aplicação*
- *Objectivos de aquisição de competências comportamentais*
- *Objectivo de aquisição de competências quantitativas e analíticas*

*Com base nestes objectivos do ciclo de estudos, cada um dos professores define para a sua disciplina quais os objectivos e as competências que o aluno irá adquirir.***3.1.1. Generic objectives defined for the study programme:***For each MBA program learning goals were defined based on:*

- *Knowledge-based courses;*
- *Application to the real world*
- *Acquisition of behavioral skills*
- *Acquisition of quantitative and analytical skills*

*Based on these objectives in the cycle of studies, each professor sets the objectives and competencies that students will acquire for their course.***3.1.2. Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências) a desenvolver pelos estudantes:***Cada um dos objectivos identificados para os programas integra um conjunto de competências a adquirir pelos alunos.**Existe um mapa que relaciona cada uma das competências a adquirir com as disciplinas de cada programa e que permite identificar o grau em que determinada disciplina cobre o desenvolvimento / aperfeiçoamento das competências respectivas (não cobre, parcialmente, na totalidade). Desta forma é possível ter uma visão integrada de como o ciclo de estudos dá resposta aos objectivos definidos.**Existem mecanismos de avaliação e medição das competências adquiridas no âmbito de cada disciplina.**Atualmente às diversas disciplinas temos os Friday Forums no âmbito do programa Full time onde se pretende*

abordar a criatividade, a liderança e a resiliência. No programa part-time o Leadership Stream - 360° Development Process apresenta objectivos idênticos ao Friday Forum.

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

Each of the objectives identified for the programs include a set of skills to be acquired by students. There is a map that relates each of the competencies to be acquired to the subjects in each course and identifies to what degree it covers the development / improvement of their skills (not covered, partially covered, fully covered). Thus, it is possible to have an integrated view of how the course of study meets the defined objectives. There are evaluation and measurement mechanisms for the acquired competencies within each course. In addition to the courses, there are, in the full time program, Friday Forums that intend to make use of other arts, allowing the students to be exposed to new situations where creativity, leadership, resilience and integration ability can be further developed. In the part-time program, the Leadership Stream - 360° Development Process has similar objectives to the Friday Forums'.

3.1.3. Inserção do ciclo de estudos na estratégia institucional de oferta formativa face à missão da instituição:

O MBA envolve duas instituições universitárias - a Faculdade de Economia da UNL e a Faculdade de Ciências Económicas e Empresariais da UCP. Os planos estratégicos de ambas as escolas referem uma aposta clara em mestrados de 2º ciclo como forma de disponibilizar ao mercado alternativas de formação avançada em gestão que, com qualidade e rigor, possam ser reconhecidas ao nível das melhores práticas a nível internacional, permitindo simultaneamente uma verdadeira internacionalização dos cursos e garantindo a diversidade de alunos e professores. O facto das duas instituições possuírem o reconhecimento do triple crown ao nível das acreditações EQUIS, AACSB, MBA e terem definitivamente entrado nos 50 primeiros lugares nos rankings do MBA do Financial times, garantem o alinhamento entre os programas e a missão e objectivos das duas escolas.

3.1.3. Insertion of the study programme in the institutional training offer strategy against the mission of the institution:

The Lisbon MBA involves two universities - the Faculty of Economics from Universidade Nova de Lisboa and the Faculty of Economics and business from Catholic University. The strategic plans approved from both schools refer a clear commitment to the 2nd cycle Masters, in order to provide an alternative in advanced training in management with quality and accuracy, and at the same time being recognized at a best international practices level, while allowing a true internationalization of courses and ensuring the diversity of students and professors. The fact that both institutions are recognized with the triple crown at the level of accreditation from EQUIS, AACSB, AMBA and have permanently entered the top 50 places in the MBA Financial Times rankings ensure an alignment between the programs and the mission and goals of both schools.

3.2. Organização das Unidades Curriculares

Mapa III - NEGOCIAÇÃO / NEGOTIATION

3.2.1. Unidade curricular:

NEGOCIAÇÃO / NEGOTIATION

3.2.2. Docente responsável (preencher o nome completo) e respetivas horas de contacto na unidade curricular:

Luís Almeida Costa - 18H

3.2.3. Outros docentes e respetivas horas de contacto na unidade curricular:

Nazli Bhatia Turan - 18H

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

O curso abrange os principais temas em negociação. Foi projetado para atingir vários objectivos. Após a conclusão deste curso os participantes deverão ser capazes de: Identificar e compreender os diferentes tipos de situações de negociação; Saber como preparar uma negociação; • Saber como lidar com diferentes tipos de situações de negociação. O curso tem vários objectivos: • Desenvolver capacidades de negociação dos alunos; • Desenvolver a capacidade dos participantes para trabalhar em equipa; • Desenvolver a capacidade dos participantes para aplicar os conceitos, modelos e estruturas diferentes para a análise de situações da vida real.

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

The course covers the main topics in Negotiation. It was designed to achieve several objectives. On completion of this course participants should be able to: A. Knowledge and Understanding: • Identify and understand different types of negotiating situations; • Know how to prepare a negotiation; • Know how to deal with different types of negotiating situations. B. Skills – The course has several objectives: • Develop the participants' negotiation skills; • Develop the participants' ability to work in teams; • Develop the participants' ability to apply the different concepts, models and frameworks to the analysis of real life situations.

3.2.5. Conteúdos programáticos:

Aula 1 – Resumo do Programa, Alunos realizam a Negociação Episy, Balanço da Negociação Episy, Negociação “Single-Issue”: Conceitos e Táticas

As aulas seguintes seguem a mesma estrutura: Os grupos preparam e realizam a Negociação designada a essa aula, os grupos tomam decisões e introduzam informação relativa a essa Negociação, Balanço da Negociação: Aula 2 (PACOTES DE ACORDO), Aula 3 (NEGOCIAÇÕES INTERNAS), Aula 4 (DEFINIR A ESTRUTURA DE ACORDOS COMPLEXOS), Aula 5 (GERIR RELACIONAMENTOS EM CURSO), Aula 6 (DOMINAR OS PRINCÍPIOS BÁSICOS DE PROCESSOS), Aula 7 (Conclusão e Apresentações dos Alunos)
Session 8 – Introdução à licitação competitiva, Problemas típicos no design de leilões

3.2.5. Syllabus:

Session 1 - Program overview, Participants carry out the Episy Negotiation, Debriefing of the Episy Negotiation, Single-Issue Bargaining: Concepts and Tactics

The following sessions will follow the same structure: Teams prepare and conduct the assigned Negotiation, Teams make decisions and enter data relative to the Negotiation, Debriefing of the Negotiation: Session 2 (PACKAGE DEALS), Session 3 (INTERNAL NEGOTIATIONS), Session 4 (DEFINING THE "ARCHITECTURE" OF COMPLEX AGREEMENTS), Session 5 (MANAGING ONGOING RELATIONSHIPS), Session 6 (MASTERING PROCESS FUNDAMENTALS), Session 7 (Conclusion and Student Presentations)

Session 8 - Introduction to Competitive Bidding, Typical Problems in Auction Design

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

Este curso oferece uma perspectiva estratégica e integrada na preparação e desenvolvimento de situações de negociação. A primeira parte do curso é sobre como lidar com as ofertas da concorrência, a partir da perspectiva do "concorrente". O resto do curso lida com negociações, indo das mais simples às mais complexas negociações. O curso irá desenvolver um quadro analítico para ajudar a compreender as especificidades de cada situação e um conjunto de táticas de negociação que podem ser usados para melhorar as expectativas dos negociadores. Alguns temas abordados são: Como começar uma negociação ?; Como reagir à oferta inicial?; Como gerir o nosso padrão de projecto ?; Qual é o papel dos argumentos numa negociação? ; Como lidar com a dimensão da criação de valor e às relações ? ; Como evitar o processo de escalada de conflitos?

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

This course offers a strategic and integrated perspective on preparing and handling negotiation situations. The first part of the course is about how to deal with competitive offerings, from the perspective of the "bidder" as the "auctioneer". The rest of the course deals with negotiations. Going from simple to complex negotiations, the course will develop an analytical framework to help understand the specifics of each situation and set of negotiation tactics that can be used to improve the expectations of the negotiators. Some topics discussed are: How to start a negotiation? How to react to the initial offer elsewhere?; How to manage our design pattern?; What is the role of arguments in a negotiation? ; How to deal with the dimension of value creation and to relationships?: How to avoid the process of escalation of conflicts?

3.2.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

O curso combina palestras, discussões em aula, exercícios de negociação, exercícios individuais e um relatório final de negociação. A segunda parte fundamental deste curso é baseada no jogo de simulação “Negotiation Dynamics – The Game™”.

Elementos de análise de decisão, "Negociação adequada". Três métodos de avaliação são Exame final (50%); exercícios para negociação (40%) , descrição das negociações (10%).

3.2.7. Teaching methodologies (including assessment):

This course combines lectures, class discussions, negotiation exercises, individual exercises and a negotiation write-up. The second main part of the course is based on the simulation “Negotiation Dynamics – The Game™”.

Elements of decision analysis, “Proper Bargaining ”. The Three methods of evaluation are: Final exam (50%); exercises for negotiation (40%), description of negotiations (10%).

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

1. Aulas / Discussões -têm quatro objetivos principais: - fornecer uma perspectiva integrada dos principais conceitos e ferramentas de análise de negociação; - Dar uma visão abrangente dos diferentes temas abordados; - Explicar os conceitos, modelos e estruturas relevantes; - Introduzir as ferramentas práticas os participantes precisam analisar os exercícios de negociação e aplicar os modelos conceituais para situações da vida real; - Constituir a base para discutir como lidar com situações específicas de negociação vida real; - Proporcionar um fórum para a partilha de experiências e conhecimentos entre os participantes. 2. Exercícios de Negociação - Três objetivos principais: - Permitir que os participantes a entender como lidar com diferentes tipos de negociação e situações de licitação; 3. Caso de Negociação - O objetivo do Caso é a análise de uma situação da vida real negociando usando os conceitos, modelos e estruturas discutidos no curso. Objectivos: - Dar aos participantes a oportunidade de aprofundar os seus conhecimentos sobre um determinado assunto

3.2.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

1. Lectures / Class Discussions Lectures / Class Discussions have four main objectives: - provide an integrated perspective of the main concepts and tools in Negotiation Analysis; - give a comprehensive view of the different topics discussed; - explain the relevant concepts, models and frameworks; - introduce the practical tools participants need to analyze the negotiation exercises and to apply the conceptual models to real life situations; - constitute the basis for

discussing how to deal with specific real life negotiating situations; - provide a forum for knowledge and experience sharing among participants. 2. Negotiation Exercises The negotiation exercises have three main objectives: - Allow participants to understand how to deal with different types of negotiating and competitive bidding situations; - Give participants the opportunity to gain a better understanding of how the different concepts and tools fit together; - Give participants the opportunity to apply the different concepts, models and frameworks to real situations. 3. Negotiation Write-Up: The objective of the Write-Up is the analysis of a real-life negotiating situation using the concepts, models and frameworks discussed in the course. The Write-Up has several objectives: - Give participants the opportunity to deepen their knowledge of a given topic; - Give participants the opportunity to apply the conceptual tools to a real life situation; - Constitute an additional opportunity for participants to reflect on their own experience and to analyze how to deal with a specific negotiating situation.

3.2.9. Bibliografia de consulta / existencia obrigatória:

The following book is required for the course: -R. Fisher and W. Ury, Getting to Yes, Penguin Books, Harmondsworth, Middlesex, 2012. The following book is recommended (except the chapters specifically assigned to the different sessions, which constitute required readings): - H. Raiffa (with J. Richardson and D. Metcalfe), Negotiation Analysis – The Science and Art of Collaborative Decision Making, The Belknap Press of the Harvard University Press, Cambridge MA, 2007. Cases and additional readings are made available online or in MBA Office (Negotiation package). Confidential instructions for different players required in some of the negotiation exercises are distributed throughout the course by the Program Affairs Office.

Mapa III - CONTROLE DE GESTÃO / VALUE BASED MANAGEMENT AND CONTROL

3.2.1. Unidade curricular:

CONTROLE DE GESTÃO / VALUE BASED MANAGEMENT AND CONTROL

3.2.2. Docente responsável (preencher o nome completo) e respetivas horas de contacto na unidade curricular:

Ricardo Ferreira Reis - 18H

3.2.3. Outros docentes e respetivas horas de contacto na unidade curricular:

Maria João Major - 18H

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

A. Desenvolver competências relacionadas com a avaliação de desempenho e controlo de gestão. B. Utilizar técnicas e contabilidade de gestão. C. Entender a tomada de decisão no contexto do controlo de custos.

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

A. Develop skills related to performance evaluation and management control. B. Using techniques and management accounting. C. Understanding the decision making in the context of cost control.

3.2.5. Conteúdos programáticos:

Introdução à Gestão de Custos • Sistemas de Controle: • Custo Terminologia Parte II. Alocação de custos • Custeio de trabalho e ABC • Processo de Custeio Parte III. Tomada de Decisão • Tomada de Decisão e Informações Relevantes Parte IV. • Orçamento Parte V. Controle e Economia • Teoria de Agenciamento Parte VI. Controlo de Gestão • Alternativas de controle de Gestão Parte VII: • balanced scorecard Parte VIII. Controle e Finanças • Incentivos, Avaliação de Desempenho e Remuneração

3.2.5. Syllabus:

Introduction to Costs • Management Control Systems: Introduction • Cost Terminology Part II. Cost Allocation • Job-Costing and ABC • Process Costing Part III. Decision Making • Decision Making and Relevant Information Part IV. Budgeting • Budgeting Part V. Control and Economics • Agency Theory Part VI. Control and Management • Management Control Alternatives and Effects Part VII: Control and Strategy • Balanced Scorecard Part VIII. Control and Finance • Incentives, Performance Evaluation and Compensation

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

O objetivo de aprendizagem A está coberto nas partes I., III., VI., VII., e VIII. O objetivo de aprendizagem B está coberto nas Partes I., II., III., IV., V., VII., e VIII. O objetivo de aprendizagem C fica coberto nas Partes II., III., IV., V., e VII. Sem prejuízo obviamente de haver integração de partes umas com as outras o que leva inevitavelmente a uma redundância na cobertura de objectivos. Claramente, dada a componente eminentemente técnica da disciplina, dá-se um ênfase particular aos objetivos de aprendizagem B. e C.

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

The purpose of the learning is covered in Parts I, III., VI., VII., And VIII. The B learning objective is covered in Parts I, II., III., IV., V., VII., And VIII. The purpose of learning C is covered in Parts II., III., IV., V. and VII. Without prejudice of course there are parts integration with the other which inevitably leads to redundancy in coverage objectives. Clearly, given the highly technical component of the course, give a particular emphasis on learning objectives B. and C.

3.2.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

As aulas são eminentemente teórico-práticas com uma parte de exposição relevante. Procurar-se estimular a participação nas aulas e o reforço de exercitação técnica através de trabalhos semanais. Para evitar exercícios de natureza demasiado complicada, toda a avaliação se baseia em pequenos exercícios que testam A. conceitos, B. técnicas e C. tomada de decisões seguindo de perto os objetivos de aprendizagem. Exame final (50%) / Pequenos questionários on-line (35%) / Avaliação Contínua (15%)

3.2.7. Teaching methodologies (including assessment):

Classes are highly theoretical and practical with a relevant exposed part. Seek to stimulate class participation and strengthening of technical drilling through weekly assignments. To avoid nature exercises too intricate, any assessment is based on small exercises that test concepts A., B. and C. technical decision-making closely following learning objectives. Final Exam (50%) / Short Online Quizzes (35%) / On-going assessment (15%)

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

Procura-se em cada momento da avaliação e do debate, discussão fazer uma forte integração da dimensão conceitual, entre técnica e gestão, tendo sempre presentes os 3 objetivos de aprendizagem. Há ainda um esforço de reforçar a posição de controlo de gestão e fazer o cruzamento das várias áreas de saber da teoria económica e empresarial. Nesse sentido, esta disciplina procura relacionar as matérias do quotidiano com, as áreas de contabilidade financeira, de finanças empresariais, de gestão de produção, de marketing, de economia, etc. A riqueza dos problemas de interação é também um factor consistente com os objetivos de aprendizagem. Todas estas áreas da ciência económica têm os seus próprios objetivos e metodologias conceituais (A.), técnicas (B.) e de tomada de decisão (C.).

3.2.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

Looking in every moment of assessment, but also in every moment of discussion make a strong integration of conceptual dimension, technique and management, bearing in mind the three learning objectives. There is still an effort to strengthen the management control position as the crossroads of several areas of knowledge of economic and business theory. In this sense, there is a demand for this discipline matters relating to areas with diverse as the area of financial accounting, the corporate finance, production management, marketing, economics, etc. The wealth of interaction issues is also a consistent factor with learning objectives, since all these areas of economics have their own goals and conceptual methodologies (A.), techniques (B.) and decision-making (C.).

3.2.9. Bibliografia de consulta / existencia obrigatória:

Cost Accounting: A Managerial Emphasis: Global Version, 14th edition Charles T. Horngren/Srikant M. Datar/Madhav Rajan Pearson ISBN: 978-0-273-75397-1 Management Control Systems: Performance Measurement, Evaluation and Incentives, 3rd edition Kenneth A. Merchant/ Wim A. Van der Stede FT Prentice Hall ISBN: 978-0-273-73761-2 Accounting for Decision Making and Control, 6th Edition Jerold Zimmerman McGraw Hill 2009 ISBN: 978-0-073-37948-7

Mapa III - APLICAÇÕES FINANCEIRAS / FINANCIAL INVESTMENTS**3.2.1. Unidade curricular:**

APLICAÇÕES FINANCEIRAS / FINANCIAL INVESTMENTS

3.2.2. Docente responsável (preencher o nome completo) e respetivas horas de contacto na unidade curricular:

João Pedro Pereira - 18h

3.2.3. Outros docentes e respetivas horas de contacto na unidade curricular:

<sem resposta>

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

1) Ter um conhecimento amplo dos diferentes activos e estratégias de investimento 2) Compreender o trade-off de risco-retorno de estratégias alternativas 3) Compreender o conceito e as implicações da eficiência do mercado 4) Construir um portfólio em média-variância eficiente 5) Estimar e aplicar modelos de pricing.

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

1) Have a broad knowledge of different investment assets and strategies 2) Understand the risk-return trade-off of alternative strategies 3) Understand the concept and implications of market efficiency 4) Construct a mean-variance efficient portfolio 5) Estimate and apply asset pricing models

3.2.5. Conteúdos programáticos:

1. Os mercados e valores mobiliários i. Classes de ativos e instrumentos financeiros ii. Como os valores mobiliários são negociados iii. Fundos mútuos e outras sociedades de investimento 2. Escolha de Portfólio i. Risco e retorno ii. A aversão ao risco e alocação de capital iii. Optimização de Portfólio de risco 3. O Modelo de Fixação de Preço de Activos i. Linha de Mercado de Capitais ii. Linha de Mercado de Segurança iii. Aplicações à avaliação de segurança 4.

Teorias de fixação de preços e modelos. Modelo de mercado ii. Modelo Fama-French iii. Aplicativo para financiar avaliação de desempenho 5. Hipótese do Mercado Eficiente i. A evidência empírica sobre a EMH ii. Implicações para os investidores 6. Mercados de Títulos i. Os preços dos títulos e os rendimentos ii. Estrutura a termo das taxas de juro iii. Gestão de títulos 7. Mercados Futuros i. Especulativos e estratégias de cobertura ii. Os preços futuros de índices de acções iii. Estratégias de investimentos com acções futuras

3.2.5. Syllabus:

1. Markets and securities i. Asset classes and financial instruments ii. How securities are traded iii. Mutual Funds and other investment companies 2. Portfolio choice i. Risk and return ii. Risk aversion and capital allocation iii. Optimal risky portfolios 3. The Capital Asset Pricing Model i. Capital Market Line ii. Security Market Line iii. Application to security valuation 4. Arbitrage Pricing Theory and Factor Models i. Market model ii. Fama-French factor model iii. Application to fund performance evaluation 5. The Efficient Market Hypothesis i. Empirical evidence on the EMH ii. Implications for investors 6. Bond Markets i. Bond prices and yields ii. Term structure of interest rates iii. Bond management 7. Future Markets i. Speculation and hedging strategies ii. Future prices of stock indices iii. Investment strategies with stock-index futures

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

O objectivo de aprendizagem 1 é coberto pelo tópico do programa 1. O objectivo de aprendizagem 2 é coberto pelo tópico syllabus 2, 3, 4. O objectivo de aprendizagem 3 é coberto pelo tópico 5 do syllabus. O objectivo de aprendizagem 4 é coberto pelo tópico 2 do syllabus. O objectivo de aprendizagem 5 é coberto pelo tópico 3, 4, 6, 7 do syllabus.

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

The learning goal 1 is covered by the syllabus topic 1. The learning goal 2 is covered by the syllabus topic 2, 3, 4. The learning goal 3 is covered by the syllabus topic 5. The learning goal 4 is covered by the syllabus topic 2. The learning goal 5 is covered by the syllabus topic 3, 4, 6, 7.

3.2.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

O curso seguirá um formato de aula padrão, com exposição a teoria e exercícios de resolução de problemas. Haverá regularmente trabalhos de casa, maioritariamente relacionados com problemas de fim-de-capítulo dos temas abordados em sala de aula. Além disso, haverá casos para resolução fora da aula para investigar mais profundamente alguns tópicos específicos. Os alunos posteriormente apresentam e discutem os resultados em sala de aula. Resolução de Problemas: 20%, Casos: 20%, Exame Final: 60%

3.2.7. Teaching methodologies (including assessment):

The course will follow a standard lecture format, with both theoretical exposition and problem solving exercises. There will be regular homework problems, mostly based on end-of-chapter problems on the topics covered in class. Furthermore, there will be a few take-home larger cases, to investigate more deeply some specific topics. Students will be invited to present and discuss their results in class. Problem sets: 20%, Cases: 20%, Final Exam: 60%

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

Os trabalhos de casa regulares e questionários são úteis para os alunos praticarem os novos conceitos. Há dois ou três casos maiores para levar para casa, em que os alunos utilizam dados reais para aplicar os conceitos relacionados aos objectivos de aprendizagem 2, 4 e 5.

3.2.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The regular homework problems and quizzes are useful to make students practice the new concepts. There are two to three larger take-home cases where students use real data to apply the concepts related to the learning goals 2, 4, and 5.

3.2.9. Bibliografia de consulta / existencia obrigatória:

"Bodie, Kane, and Marcus, "Investments", McGraw-Hill, 2014 (10th edition)."

Mapa III - COMPORTAMENTO ORGANIZACIONAL / ORGANIZATIONAL BEHAVIOR

3.2.1. Unidade curricular:

COMPORTAMENTO ORGANIZACIONAL / ORGANIZATIONAL BEHAVIOR

3.2.2. Docente responsável (preencher o nome completo) e respetivas horas de contacto na unidade curricular:

David Patient - 27H

3.2.3. Outros docentes e respetivas horas de contacto na unidade curricular:

<sem resposta>

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

Ao concluir a cadeira, o estudante deverá ter ganho conhecimentos e compreensão em: de que modo as diferenças individuais em valores, personalidade e origem podem afectar o funcionamento de uma equipa; abordagens para motivar e ajustar o desempenho dos trabalhadores; estratégias para avaliação de desempenho e feedback; criar e implementar equipas eficientes; usar diferentes tipos de autoridade para influenciar os outros e alcançar objectivos; ultrapassar a resistência a iniciativas de mudança organizacional.

O estudante também deverá ter desenvolvido e recebido feedback em relação a determinadas capacidades: dar e receber feedback; avaliar desempenhos; usar ferramentas para avaliação individual e de equipa; criar e liderar equipas eficientes.

Também é expectável que o estudante tenha praticado e desenvolvido capacidades gerais: comunicação efectiva (escrita e verbal); trabalho de equipa; pensamento crítico; reflexividade; auto-conhecimento.

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

On completion of this course, a student should have gained knowledge and understanding in: how individual differences in values, personality, and background can affect team functioning; approaches to motivating and aligning employee performance; strategies for performance evaluation and feedback; designing and implementing effective teams; using different types of power to influence others and achieve objectives; overcoming resistance to organizational change initiatives.

The student should also have developed and received feedback on subject-specific skills: giving and receiving feedback; evaluating performance; using tools for individual and team assessment; designing and leading effective teams.

It's also expected that the student should have practiced and improved general skills: effective communication (written, verbal); teamwork; critical thinking; reflexivity; self-understanding.

3.2.5. Conteúdos programáticos:

Teorias de gestão e organização: uma análise histórica. Organizações como mercados vs. organizações como comunidades. Interpretar a organização: distorções cognitivas e as suas implicações. As causas do comportamento organizacional: como disposições e situações interagem. Personalidade. Gestão da motivação e criação de energia psicológica nas organizações. O conteúdo e processos da motivação (necessidades, objectivos, equidade, expectativas). Justiça no local de trabalho. Gestão da satisfação no local de trabalho.

Satisfação e performance. Liderar pessoas: o líder como treinador; como facilitador; um arquitecto. O processo da liderança; Liderança e ética; Liderar "pessoas difíceis". Cultura organizacional; Questões culturais; Formas de mudança nas organizações; Gerir a mudança; Organizações positivas e comportamento organizacional positivo.

3.2.5. Syllabus:

Theories of management and organization: a historical analysis. Organizations as markets versus organizations as communities. Interpreting the organization: cognitive distortions and their implications. The causes of organizational behavior: how dispositions and situations interact. Personality. Management motivation and creation of psychological energy in organizations. The content and process of motivation (needs, objectives, fairness, expectations). Justice in the workplace. Management of satisfaction in the workplace. Satisfaction and performance. Leading people: the leader as a coach, as a facilitator, as an architect. The process of leadership, Leadership and Ethics, Leadership "difficult people". Organizational culture, cultural issues; Forms of change in organizations; Managing change; Positive organizations and positive organizational behavior.

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

Os tópicos abordados foram escolhidos para ajudar os alunos a ganhar conhecimentos fundamentais em aspectos-chave do comportamento organizacional, incluindo: de que modo as diferenças individuais afectam os trabalhadores, de que modo diferentes abordagens de motivação podem melhorar o desempenho, como criar e gerir equipas eficientes e como os líderes podem afectar a cultura organizacional e as iniciativas de mudança para melhorar o desempenho dos trabalhadores e o funcionamento das equipas. Adicionalmente, estes tópicos fornecem ferramentas práticas para dar feedback, avaliar desempenhos e gerir equipas, assim como oportunidades para os estudantes desenvolverem auto-conhecimento, pensamento crítico e reflexividade ao aplicar os conhecimentos às suas próprias experiências.

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

The topics have been selected to help students gain fundamental knowledge in key aspects of organizational behavior, including: how individual differences affect employees, how different motivation approaches can improve performance, how to design and manage effective teams, and how leaders can affect organizational culture and change initiatives to improve employee performance and group functioning. In addition, the topics provide practical tools for giving feedback, evaluating performance, and leading teams, as well as opportunities for students to develop self-understanding, critical thinking, and reflexivity by applying the material to their own situations.

3.2.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Aulas, vídeos educacionais, clipes de filmes, literatura de ficção, outras artes (pintura arquitectura e música), análise escrita e interactiva de casos, trabalhos escritos, apresentações em grupo, exercícios práticos.

Avaliação:

Relatório individual – 20%

Relatório e apresentação em grupo 20%

Reflexão e análise individual 20%

Participação nas aulas – 20%
Exame Final – 20%

3.2.7. Teaching methodologies (including assessment):

Classes, educational videos, movie clips, fiction literature, other arts (painting architecture and music), written analysis and interactive cases, written work, group presentations, practical exercises.

Assessment:

Situation diagnosis and report (individual) 20%

Case report and presentation (group) 20%

Individual reflection and self-evaluation 20%

Class participation and active learning 20%

Final examination 20%

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

Através da reflexão, feedback de colegas e uma variedade de ferramentas de auto-avaliação, os estudantes irão desenvolver o seu auto-conhecimento e reflexividade, assim como a sua comunicação e capacidades de gestão e liderança de equipas. A abordagem de uma aprendizagem activa significa que, através de leituras, palestras, filmes, discussões de casos e exercícios experimentais, os alunos irão aprender a pensar criticamente sobre problemas organizacionais e aplicar os conhecimentos adquiridos a problemas de motivação, avaliação, comunicação, equipas, cultura e gestão de mudanças.

A avaliação via exercícios individuais e o exame final garantem que os estudantes perceberão e poderão aplicar os conhecimentos às suas próprias experiências. Os trabalhos de grupo garantem que irão praticar e reflectir sobre as suas próprias equipas, comunicação e capacidades de liderança. A participação nas aulas garante que os estudantes conseguem aplicar os conhecimentos na percepção, motivação, recompensas, poder, equipas, cultura e liderança para resolver casos complexos.

3.2.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

Through reflection, peer feedback, and a variety of self-evaluation tools, students will improve their self-understanding, reflexivity, as well as their communication, team, and leadership skills. The active learning approach means that students will through readings, lectures, film, case discussions, and experiential exercises learn to think critically about organizational problems and apply the class material to issues of motivation, evaluation, communication, teams, culture, and managing change.

The assessment via individual assignments and the final examination ensures that students understand and can apply the material to their own situation. The group assignments ensure that they practice and reflect upon their own team, communication, and leadership skills. The class participation ensures that students can use the material on perception, motivation, rewards, power, teams, culture, and leadership to solve complex cases.

3.2.9. Bibliografia de consulta / existencia obrigatória:

Main texts: Clegg, S.R., Kornberger, M. & Pitsis, T. (2011). Managing and organizations. London: Sage. Cunha, M.P., Rego, A., Cunha, R.C. & Cabral-Cardoso, C. (2007). Manual de comportamento organizacional e gestão (6ª ed.). Lisboa: RH Editora.

Mapa III - NEGOCIAR NOUTRAS CULTURAS / DOING BUSINESS IN: EMERGING TRADE-BLOCS IN AFRICA & LATIN AMERICA

3.2.1. Unidade curricular:

NEGOCIAR NOUTRAS CULTURAS / DOING BUSINESS IN: EMERGING TRADE-BLOCS IN AFRICA & LATIN AMERICA

3.2.2. Docente responsável (preencher o nome completo) e respetivas horas de contacto na unidade curricular:

Luís Filipe Neves Brites Pereira - 18h

3.2.3. Outros docentes e respetivas horas de contacto na unidade curricular:

<sem resposta>

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

Após a conclusão, os alunos deverão entender melhor os blocos de Economia emergentes (ETB) abordadas no curso. Especificamente, eles também serão capazes de projetar estratégias empresariais que visam ligar um país de mercado ETB das suas escolhas com base na sua recém-adquirida base económica, empresarial e conhecimento institucional.

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

Upon completion, students will have a better understanding of the Emerging Trade Blocs (ETB) covered in the course. More specifically, they will also be able to design business strategies aimed at engaging an ETB country-market of their choice based on their newly-acquired economic, business and institutional knowledge, namely: A. Knowledge & Understanding: • ETB Overview and Comparison; • ETB Economic, Business and Institutional Environments. B. Subject-Specific Skills: • Country Business Challenges: Regulatory & Financial; • Country Business Opportunities: Development Sectors & Trade.

3.2.5. Conteúdos programáticos:

• *Macro-Contexto: Economias Emergentes quadro Económicos, Comerciais e Institucionais; • Micro-Contexto: Desenvolvimento Sectores & Trade, País de Negócios Desafios e oportunidades.*

3.2.5. Syllabus:

• *Macro-Context: ETB framework, Economic, Business & Institutional environment; • Micro-Context: Development Sectors & Trade, Country Business Challenges & Opportunities.*

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

O curso permite aos alunos descobrir e compreender a complexidade de fazer negócios nas ETB, estudando factores económicos, institucionais e políticas fundamentais que afectam o comércio e o investimento global. Após a conclusão do curso, os alunos serão capazes de pensar criticamente sobre o mundo dos negócios globais e também agir de forma independente. Na prática, o curso proporciona aos alunos o conhecimento sobre a forma como os factores ambientais devem ser consideradas no desenvolvimento e gestão de seus projectos de negócios globais. Como tal, este curso complementa outros cursos de MBA que ensinam os alunos a projectar e implementar estratégias de gestão quando uma empresa decide entrar no mercado global. Os alunos são levados a desenvolver activamente as suas habilidades analíticas, comunicativas e organizacionais durante o curso.

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

The course allows students to discover and understand the complexity of doing business in ETB by studying key economic, institutional and political factors that affect global trade and investment. After completing the course, students will be able to think critically about the global business world and also act independently in it when pursuing their professional interests, management or otherwise. In practice, the course provides students with knowledge about WHAT environmental factors they must consider when developing and managing their global business projects. As such, it complements other MBA courses which teach students HOW to design and implement management strategies when a firm decides to enter the global market. Students also actively develop their analytical, communicational and organisational skills during the course.

3.2.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Palestras visam promover um ambiente de aprendizado interactivo e participativo. Apresentado pelo instrutor do curso, e por professores convidados que vão facilitar as discussões e dar inputs nas suas áreas de especialização e / ou experiência. As sessões são projectadas para fornecer aos alunos uma compreensão abrangente dos principais conceitos, ideias e processos.

A avaliação final dos alunos será composta por: Os alunos deverão organizar-se em grupos de 4/5 pessoas, a fim de efectuar um relatório de Estratégia Empresarial. Por grupo, este relatório irá identificar, motivar e descrever a melhor forma de explorar uma oportunidade de negócio em um mercado-país ETB de sua escolha. • Entrega do Curso (75%) • Participação em Aula (25%)

3.2.7. Teaching methodologies (including assessment):

Lectures aim to foster an interactive and participative learning environment. Presented by the course instructor as well as carefully chosen guest-lecturers, lectures will facilitate discussions on their areas of expertise and/or experience. The sessions are designed to provide students with a comprehensive understanding of key concepts, ideas and processes.

Students' final evaluation will comprise: Students must organize themselves into groups comprising 4/5 individuals in order to produce a Business Strategy Report. For each group, this report will identify, motivate and describe how to exploit a business opportunity in an ETB country-market of their choice. • Course Deliverable (75%) • Class Participation (25%)

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

Os alunos devem comparecer a todas as sessões e participar activamente, o que pode exigir uma preparação prévia. Apresentações obrigatórias, quer em grupo ou individualmente, cobrindo os aspectos específicos de cada país. A participação activa e bem planeada é uma parte essencial e integrante da avaliação de desempenho, principalmente no que se refere à interação com gestores/ professores. Os alunos devem utilizar, tanto quanto possível, a pesquisa individual e a análise crítica para complementar as palestras.

3.2.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

Students are expected to attend all sessions and to actively participate, which may require prior preparation. Compulsory student presentations, either in group or an individual basis that will cover country-specific aspects of the course. Moreover, active and thoughtful participation is an essential and integral part of performance appraisal, especially regarding the interaction with guest-lecturers. Students are expected to draw as much as possible from lectures, take notes, do individual research and critical analysis.

3.2.9. Bibliografia de consulta / existencia obrigatória:

- Current real-world country, business and policy analysis, derived from publicly-available academic and professional sources - Background Reading: Hill, Charles W. L., Global Business Today, 8th edition, McGraw Hill - Business Report - <http://www.entrepreneur.com/article/38308-2>

Mapa III - DIREITO EMPRESARIAL / BUSINESS LAW**3.2.1. Unidade curricular:***DIREITO EMPRESARIAL / BUSINESS LAW***3.2.2. Docente responsável (preencher o nome completo) e respetivas horas de contacto na unidade curricular:***José Miguel Júdice - 18H***3.2.3. Outros docentes e respetivas horas de contacto na unidade curricular:***<sem resposta>***3.2.4. Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):**

O objectivo principal é ensinar os alunos a serem capazes de colocar as perguntas e compreender as respostas relacionadas com as áreas legais e regulamentares. Parte A • preparar o gestor para ser capaz de interagir com juristas internos e assessoria jurídica externa • preparar o gestor para emitir perguntas adequadas e compreender correctamente as respostas, de forma a otimizar as condições para boas decisões. Parte B. • obter uma visão geral do sistema jurídico como um todo • compreender a necessidade de aconselhamento jurídico antes das decisões Parte C : • atenção aos detalhes • atenção aos aspectos legais empresariais • capacidade de comunicar idéias e perguntas

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

The main objective is to teach the students to be able to ask questions and understand the answers related with legal and regulatory areas. We don't expect that the course will be a detailed preparation for legal matters, as it would be in normal law school training for jurists. A. Knowledge and Understanding: • to prepare the manager to be able to interact with in-house jurists and external legal counsel • to prepare the manager for asking the good questions and understanding correctly the answers, in a way that will optimize the conditions for good managerial decisions B. Subject-Specific Skills: • obtain a general overview of the legal system as a whole • understand the need for legal advice before decisions C. General Skills: • attention to details • attention to legal aspects of the managerial environment • capacity of communicate ideas and questions

3.2.5. Conteúdos programáticos:

O ambiente legal é e será uma das principais preocupações de qualquer empresa. Muitas vezes, as decisões importantes são tomadas sem prestar atenção a limitações legais e oportunidades. Sendo assim, a intenção do curso de "Direito Empresarial" é dar aos gestores treino para controlar esta área crítica da actividade de gestão. As áreas de estudo são: Fundamentos do sistema jurídico, direito das sociedades, contratos (nacionais e internacionais), trabalhistas, tributárias, de concorrência e de adjudicação de contratos públicos, de regulamentação, de resolução de litígios, etc..

3.2.5. Syllabus:

The legal environment is and shall be one of the main worries of any company. Quite often, important decisions are taken without paying attention to legal constraints and opportunities. The intention of the "Business Law" course is to give to managers without law training the necessary information to control this critical area of the management activity. Areas of study are: Fundamentals of the legal system, company law, contracts (national and international), labour, tax, competition and public procurement, regulatory, dispute resolution, etc.

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

o curso permitirá a qualquer gestor - seja qual for o seu grau de responsabilidade - uma percepção clara dos grandes temas jurídicos que interessam às empresas (direito empresarial, comercial, contratos nacionais e internacionais, laboral, fiscal, regulatório, concorrência e contratos públicos, resolução de litígios) permitindo antecipar problemas, articular com os seus consultores jurídicos, colocar as perguntas adequadas (pois se as perguntas não são corretas há um risco serio de que as respostas não sejam as necessárias)

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

The elements of the program content will allow any manager - whatever their level of responsibility - a clear perception of the major legal issues that matter most to business (corporate, commercial, domestic and international contracts, labor, tax, regulatory, competition and government procurement, dispute resolution) and would enable to anticipate problems, liaise with legal advisers, and ask the appropriate questions (if the questions are not correct there is a serious risk that the answers will not be necessary)

3.2.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

O número de horas atribuídas ao curso e ao fato de que os estudantes não estão familiarizados com os fundamentos desta área científica, é uma pré-condição a ter em consideração. Portanto, vamos tentar olhar para as questões através de situações da vida real que tenham relevância. A avaliação dos alunos é baseada nos seguintes critérios (Exame final 55%, participação nas aulas 20%, Trabalho em equipe 25%)

3.2.7. Teaching methodologies (including assessment):

The number of hours allocated to the course and the fact that students are not familiar with the fundamentals of this scientific area, is a pre-condition to take into consideration. Therefore, we will try to find relevant matters using real life situations. The evaluation of the students is based on the following criteria (Final exam 55%, Participation in the classes 20%, Team work 25%)

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

Através deste modelo, os estudantes são motivados a trazer exemplos da sua experiência profissional com questões jurídicas retiradas de realidades do domínio público. Investigação e contactos com gabinetes jurídicos de empresas para trabalhos de equipa, exame em que em vez de serem feitas perguntas aos estudantes para responderem ao que lhes é solicitado com base em casos relatados, coloquem as adequadas perguntas aos seus consultores jurídicos para deles obterem as respostas necessárias às decisões empresárias.

3.2.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

Through this model, students are encouraged to bring examples of their work experience with legal issues and realities withdrawn from the public domain in an interactive way (evaluation in class), research and contacts with law firms companies to teamwork. In the exam instead of students asking questions based on reported cases, they must ask the appropriate questions to their legal team and then obtain the necessary answers to make entrepreneurial decisions.

3.2.9. Bibliografia de consulta / existencia obrigatória:

Constituição da República Portuguesa 2) Código Civil Português 3) Teoria Geral do Direito Civil, Carlos Mota Pinto, 4) Dicionário Jurídico, Ana Prata, Almedina, Coimbra 5) Oxford Dictionary of Law, Oxford University Press; Código das Sociedades Comerciais 2) Corporate Governance – Reflexões” – Instituto Português de Corporate ; Direito das Obrigações, Mário Júlio Almeida Costa 2) 4) Os Instrumentos Financeiros, José Engrácia Antunes, Almedina, Coimbra, 2009 5) Contratos Internacionais - Compra e Venda - Cláusulas Penais; Arbitragem, Maria Ângela Bento Soares; Rui Moura Ramos, 6) Contratos Comerciais – Apontamentos, Pedro Romano Martinez 7) Direito do Comércio Internacional, Maria Helena Brito, IV – TAX LAW Infrações Fiscais e o Seu Processo, Paulo José Rodrigues Antunes Lei Geral Tributária ; 3) Direito do Trabalho, Pedro Romano Martinez, 7) Novo Código do Trabalho e Legislação Complementar – Anotados, Abílio Neto, Ediforum, 2013; 8) Código do Trabalho – Anotado

Mapa III - ÉTICA E SUSTENTABILIDADE EMPRESARIAL / BUSINESS ETHICS AND SUSTAINABILITY**3.2.1. Unidade curricular:**

ÉTICA E SUSTENTABILIDADE EMPRESARIAL / BUSINESS ETHICS AND SUSTAINABILITY

3.2.2. Docente responsável (preencher o nome completo) e respetivas horas de contacto na unidade curricular:

Joana Sabrina Pereira Story - 18H

3.2.3. Outros docentes e respetivas horas de contacto na unidade curricular:

Daniel Traça - 18H

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

Após a conclusão deste curso o aluno deve ser capaz de: A. Conhecimento e Compreensão: • A relevância da teoria dos stakeholders • O papel e a importância da sustentabilidade • O papel em mudança e expectativas de negócios na sociedade • A importância estratégica da Responsabilidade Social para as empresas B . Competências-disciplina específica: • avaliar criticamente as iniciativas de Responsabilidade Social existentes e cursos apropriados de acção a partir de um leque de alternativas • Aplicar a análise lógica e crítica a questões éticas complexas • Presente e casos bem argumentadas para determinadas decisões relacionadas com a Responsabilidade Social • Seja ciente e compreender, a literatura de pesquisa relevantes apropriado • Sintetizar informações, escrever e analiticamente debate sobre o assunto C. Competências gerais: • comunicação oral • o pensamento estratégico • edifício • Liderança da equipa.

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

On completion of this course a student should be able to: A. Knowledge and Understanding: • The relevance of stakeholder theory • The role and importance of sustainability • The changing role and expectations of business in society • The strategic significance of Corporate Social Responsibility (CSR) for business B. Subject-Specific Skills: • Critically evaluate existing CSR initiatives, and appropriate courses of managerial action from a range of alternatives • Apply logical and critical analysis to complex ethical issues • Present convincing and well-argued cases for particular CSR-related decisions • Be aware of, and understand, the appropriate relevant research literature • Synthesize information, write and debate analytically on the subject C. General Skills: • Oral communication • Strategic thinking • Leadership • Team building

3.2.5. Conteúdos programáticos:

Lista dos principais tópicos abordados no curso: - Introdução do curso; "fundamentos da sustentabilidade dos negócios" ; Responsabilidade Social e os diversos intervenientes da empresa - Estratégias e abordagens - Resultados

e medidas - Empreendedorismo Social e Empresarial.

3.2.5. Syllabus:

List the main topics covered in the course: Introduction of the course;" fundamentals of business sustainability; Stakeholder theory and CSR; Strategies and approaches; Outcomes and measures; Social Entrepreneurship and Corporate Social Entrepreneurship; Final Presentations & Group Work Due date;

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

Conhecimento e Compreensão: Os tópicos selecionados serão debatidos em sala de aula, em palestras e discussões em grupo. Soft Skills específicas: Os alunos terão que avaliar os programas de sustentabilidade de organizações e apresentarem em sala de aula. Além disso, eles vão debater casos de estudo. Skills Gerais: Os alunos terão de trabalhar em grupos para propor um programa de sustentabilidade para uma organização.

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

Knowledge and Understanding: The topics selected will be discussed in the classroom over lectures and group discussion; Subjective-specific skills: The students will have to evaluate the sustainability programs of organizations and present them in the classroom. Furthermore, they will discuss case studies. General Skills: The students will have to work in groups to propose a sustainability program for one organization.

3.2.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Este curso empregará uma variedade de métodos de ensino, incluindo casos de estudo, exercícios experimentais, palestras, pesquisa individual e em grupo, trabalhos escritos e apresentações. Espera-se que os alunos participem activamente em atividades na aula e nos debates. Avaliação: 20% Participação de Classe, Discussão e Apresentações de Casos 30% Projeto de Grupo (Apresentação de 10% e 20% de Documento) 50% Exame Final

3.2.7. Teaching methodologies (including assessment):

This course will employ a variety of teaching methods including case studies, experiential exercises, lectures, individual and group research, written assignments, and presentation. Students are expected to be highly engaged in class activities and discussion. Assessment: 20% Class Participation, Case Studies Discussion and Presentations 30% Group Project (10% Presentation & 20% Paper) 50% Final Exam

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

Esta combinação de métodos ajuda com o processo de aprendizagem. Conhecimento e compreensão via palestras.

3.2.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

This combination of methods helps with the learning outcomes. Knowledge and understanding via lecture, Competências subjetivas: através de casos de estudo, exercícios experimentais, pesquisa individual e de grupo. Skill geral: pesquisa em grupo e apresentações.

3.2.9. Bibliografia de consulta / existencia obrigatória:

*BIBLIOGRAPHY (required readings marked by an *) Week 1: *Elkington, J. 1994. Towards the Sustainable Corporation: Win-Win-Win Business Strategies for Sustainable Development. California Management Review, Winter issue: 90-100. *Holliday, C. 2001. Sustainable Growth: The DuPont Way. Harvard Business Review, September issue: 129-134. *Lubin, D, & Esty, D. 2010. The Sustainability Imperative. Harvard Business Review. May issue: 2-25. *Porter, M. & Kramer, M. 2002. The Competitive Advantage of Corporate Philanthropy. Harvard Business Review. *Smith, H. J. 2003. The Shareholders vs. Stakeholders Debate". MIT Sloan Management Review, 44(4), 85-90. Week 2: *O'Riordan, L. and Fairbrass, J. (2008). Corporate Social Responsibility (CSR): Models and Theories in Stakeholder Dialogue. Journal of Business Ethics, vol. 83, pp. 745-758. *Porter, M.E. and Kramer, M.R. (2006). Strategy and Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility. Harvard Business Review. etc.*

Mapa III - MÉTODOS QUANTITATIVOS /UNCERTAINTY AND DECISION MAKING

3.2.1. Unidade curricular:

MÉTODOS QUANTITATIVOS /UNCERTAINTY AND DECISION MAKING

3.2.2. Docente responsável (preencher o nome completo) e respetivas horas de contacto na unidade curricular:

Luis Catela Nunes - 27H

3.2.3. Outros docentes e respetivas horas de contacto na unidade curricular:

Manuel Leite Monteiro - 27H

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

Após a conclusão deste curso o aluno deve ser capaz de: A. Conhecimento Geral e Compreensão • Usar e interpretar dados de negócios • Compreender modelos quantitativos aplicados ao negócio • Aplicar um modelo de negócio a um

conjunto de dados em particular • Interpretar os resultados empíricos de um modelo B. Competências Específicas da Cadeira: • representar graficamente dados de negócios • Calcular estatísticas descritivas de dados de negócios • Interpretar os parâmetros de um modelo • Uso do computador para explorar as relações entre variáveis de negócio • Testar a significância estatística das estimativas • Valores específicos de teste para os parâmetros do modelo • Estatisticamente avaliar a qualidade da estimativa • Escolher entre especificações do modelo alternativas • Entender a diferença entre correlação e causalidade C. Competências Gerais: • Escolher um modelo quantitativo adequado para ilustrar uma relação teórica • Interpretar o modelo estimado

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

On completion of this course a student should be able to: A. General Knowledge and Understanding: • Use and interpret business data • Understand quantitative models applied to business • Apply a business model to a particular data set • Interpret the empirical results of a model B. Subject-Specific Skills: • Represent business data graphically • Compute descriptive statistics of business data • Interpret the model parameters • Use the computer to explore relationships between business variables • Test the statistical significance of the estimates • Test specific values for the model parameters • Statistically evaluate the quality of the estimation • Choose between alternative model specifications • Understand the difference between correlation and causality C. General Skills: • Choose an appropriate quantitative model to illustrate a theoretical relation • Interpret the estimated model

3.2.5. Conteúdos programáticos:

Os seguintes tópicos são abordados neste curso (entre parênteses estão os capítulos correspondentes do livro obrigatório da cadeira): 1. Estatística Descritiva: gráfica e numérica (1, 2); 2. Teoria da Probabilidade (3); 3. Variáveis Aleatórias e Distribuições de Probabilidade (4.1-4.4, 4.7, 5.6, 5.1-5.3); 4. Teoria da Decisão (18); 5. Inferência Estatística (6.1-6.3, 7.1-7.4, 7.6-7.7, 8, 9.1-9.4, 10.1-10.3); 6. Análise de Regressão (11, 12, 13.1-13.2, 13.4-13.5); 7. Análise de Dados Categórica (14.1, 14.3).

3.2.5. Syllabus:

The following topics are covered in this course (in parenthesis are the corresponding chapters of the main textbook): 1. Descriptive Statistics: Graphical and Numerical (1, 2); 2. Probability Theory (3); 3. Random Variables and Probability Distributions (4.1-4.4, 4.7, 5.1-5.3, 5.6); 4. Decision Theory (18) 5. Statistical Inference (6.1-6.3, 7.1-7.4, 7.6-7.7, 8, 9.1-9.4, 10.1-10.3) 6. Regression Analysis (11, 12, 13.1-13.2, 13.4-13.5) 7. Categorical Data Analysis (14.1, 14.3)

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

O principal objetivo da cadeira de Métodos Quantitativos é dotar os alunos com o conhecimento e compreensão dos conceitos e ferramentas fundamentais que são necessários para a tomada de decisões de gestão. Embora neste curso os alunos aprendem a usar técnicas quantitativas como instrumentos de análise e tomada de decisão, há também uma forte ênfase sobre as indicações qualitativas que os resultados podem fornecer.

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

The primary goal of Quantitative Analysis for Business is to equip students with the knowledge and understanding of fundamental concepts and tools that are needed for making informed management decisions. Although in this course students learn how to use quantitative techniques as instruments of analysis and decision making, there is also a strong emphasis on the qualitative insights that the results may provide.

3.2.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

O curso combina teoria e prática. Os participantes terão uma oportunidade no curso para aplicar a teoria, conceitos, habilidades e ferramentas de gestão para situações reais. O curso será baseado em palestras, aplicações e exercícios. Um componente importante do processo de aprendizagem envolve a realização de diversos trabalhos enquanto trabalham em equipa. A nota final será baseada em trabalhos de grupo (50%) e um exame final (50%).

3.2.7. Teaching methodologies (including assessment):

The course combines theory and practice. Participants will have an opportunity in the course to apply theory, concepts, skills, and management tools to real situations. The course will be based on lectures, applications, and exercises. An important component of the learning process involves the completion of several assignments while working in a team. The final grade will be based on group assignments (50%) and a final exam (50%).

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

O curso tem uma componente prática com a análise de vários problemas de diferentes áreas funcionais de gestão. Os alunos serão orientados a formalizar correctamente problemas de gestão e a identificar os instrumentos quantitativos adequados para ajudar a resolver um problema. Outro objectivo é motivar o uso da folha de cálculo para analisar e resolver problemas empíricos.

3.2.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The course has a practical component with the analysis of several problems from different management functional areas. Students will be guided in properly formalizing managerial problems and in the identification of the adequate quantitative instruments to help solve a problem. Another goal is to motivate the use of a spreadsheet in analyzing and solving empirical problems.

3.2.9. Bibliografia de consulta / existencia obrigatória:

Livro obrigatório da cadeira: “Newbold, Carlson and Thorne, Statistics for Business and Economics, Pearson Education, 8th Edition, 2013”. O Capítulo 18 pode ser adquirido através do seguinte link: <http://www.pearsonhighered.com/newbold/>. Versões anteriores a este livro também podem ser utilizadas (a numeração das secções e dos exercícios será diferente). Utilizaremos também exemplos e casos de outros livros, tais como: “Bertsimas and Freund. Data, Models, and Decisions: The Fundamentals of Management Science, Dynamic Ideas, 2004”; “McClave, Benson, and Sincich, Statistics for Business and Economics, Prentice Hall, 11th Edition, 2010”.

Mapa III - COMPLEMENTOS DE FINANÇAS / ADVANCED CORPORATE FINANCE**3.2.1. Unidade curricular:**

COMPLEMENTOS DE FINANÇAS / ADVANCED CORPORATE FINANCE

3.2.2. Docente responsável (preencher o nome completo) e respetivas horas de contacto na unidade curricular:

José Filipe Garcia Corrêa Guedes - 27H

3.2.3. Outros docentes e respetivas horas de contacto na unidade curricular:

<sem resposta>

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

A. Conhecimento e Compreensão • Compreender os principais tipos de decisões que enfrentam os gestores financeiros das empresas B. Habilidades Específicas da Cadeira • Perceber como as empresas necessitam de estruturar o seu financiamento em função das suas características e do ambiente que as rodeia C. Habilidades Gerais • Identificar problemas de finanças gerais enfrentados pelas empresas e propor soluções para resolvê-los usando os sistemas de análise relevantes

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

A. Knowledge and Understanding: • Understand the key decisions facing corporate financial managers B. Subject-Specific Skills: • Find how firms ought to structure their financing as a function of their characteristics and the environment surrounding them C. General Skills: • Identify general finance problems faced by companies and propose solutions to address them using the relevant frameworks of analysis

3.2.5. Conteúdos programáticos:

Visão Geral de Finanças Corporativas - Os principais tipos de títulos corporativos; Como as empresas podem angariar fundos nos mercados de capitais; A canalização financeira das empresas Estrutura do Capital num Mercado de Capital Perfeito - Lei da conservação de valor; Lei da conservação de risco; Alavancagem e desalavancagem; Alavancagem e o conflito de escolha entre risco-retorno; O efeito dos impostos sobre a Estrutura do Capital - O papel dos impostos sobre as sociedades - O papel dos impostos pessoais; Custo do capital após impostos; O efeito dos custos da instabilidade financeira na estrutura do capital - Bancarrota e custos de agência da dívida; Custos de agência de ações; - Como as empresas escolhem sua estrutura de capital Uma introdução à avaliação da empresa - A construção de um modelo financeiro e o desenvolvimento de demonstrações financeiras consistentes sobre o período considerado ; Técnicas de Avaliação: Múltiplos e técnicas de fluxo de caixa descontado, etc.

3.2.5. Syllabus:

Overview of Corporate Finance - The main types of corporate securities; - How firms raise funds in capital markets - The financial plumbing of corporations Capital Structure in a Perfect Capital Market - Law of conservation of value; Law of conservation of risk; Home made leveraging and unleveraging; Leverage and the risk-return trade-off; The effect of Taxes on Capital Structure -The role of corporate taxes - The role of personal taxes; After-tax cost of capital; The effect of costs of financial distress on Capital Structure -Bankruptcy and agency costs of debt; - Agency costs of equity; - How firms choose their capital structure An introduction to firm valuation - Building a financial model and developing consistent proforma financial statements over forecast period; - Valuation approaches: Multiples and discounted cash flow techniques; - Measuring the cost of capital; Valuing the company. Payout Policy - Forms of cash distributions to shareholders;

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

Os tópicos cobertos na disciplina – descritos nos conteúdos programáticos – cobrem os principais condicionantes das decisões dos gestores financeiros das empresas, a um nível geral e abstracto discutido em aulas, e a um nível prático através da discussão de casos em aulas. Os alunos preparam relatórios de casos aplicados que abordam problemas financeiros específicos com que se confrontam as empresas e propõem soluções para esses problemas com o uso das ferramentas de análise aprendidas nas aulas.

3.2.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit’s intended learning outcomes:

The topics covered in the course – described in the syllabus – go over the key determinants of decisions of corporate financial managers, at a general and abstract level as discussed in lectures and at an applied level through class

discussions of case studies. Students prepare case study reports that address specific finance problems faced by companies and propose solutions to address them using the relevant frameworks of analysis learned in lectures.

3.2.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Participação: 10%; Relatórios de casos: 25%; Exame final: 65%;

O curso apresenta uma mistura de aulas expositivas e aulas teórico-práticas. Para dominar os conceitos, os alunos devem resolver conjuntos de problemas práticos relacionados com a matéria teórica apresentada nas aulas. Haverá também algumas aulas que incluem discussões de casos. Os alunos devem entregar relatórios relacionados com os casos discutidos.

3.2.7. Teaching methodologies (including assessment):

Participation: 10%; Case reports: 25%; Final exam: 65%

The course features a mix of lectures and problem solving classes. To master the concepts, students are expected to solve problems sets with applied material shadowing the conceptual content presented in lectures. There will also be a few classes featuring case discussions. Students are required to hand in written case reports.

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

A combinação de aulas expositivas, aulas de discussão de casos e a elaboração de relatórios detalhados e aprofundados sobre os casos discutidos em aula permite atingir os objectivos de aprendizagem.

3.2.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The combination of lectures, case discussions and the development of detailed and thorough written reports of the cases discussed in the course is consonant with the course's intended learning outcomes.

3.2.9. Bibliografia de consulta / existencia obrigatória:

"Corporate Finance", Ross, Westerfield and Jaffee, McGrawHill, tenth edition; Problem sets. Complementary readings uploaded to the course's website on the various topics covered.

Mapa III - CONSULTORIA / LISBON LAB CONSULTING PROJECT

3.2.1. Unidade curricular:

CONSULTORIA / LISBON LAB CONSULTING PROJECT

3.2.2. Docente responsável (preencher o nome completo) e respetivas horas de contacto na unidade curricular:

Celine Abecassis-Moedas - 33H

3.2.3. Outros docentes e respetivas horas de contacto na unidade curricular:

Diogo Lopes Pereira - 33H

Clara streit - 33H

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

Após a conclusão deste curso o aluno deve ser capaz de: A. Conhecimento e Compreensão • Descrever e seguir os passos do processo de consultoria • Resolver problemas reais de Gestão e de Negócios (experiência em consultoria) B. Tópicos Específicos da Cadeira: Habilidades de Consultoria: • Identificar e articular problemas organizacionais • Aplicar técnicas de coleta de dados eficazes • Usar esquemas analíticos para organizar a análise de dados • Interpretar análises • Desenvolver soluções implementáveis • Preparar o relatório do projecto e apresentação ao cliente C. Habilidades Gerais: Competências interpessoais: • Capacidade de se relacionar com o cliente • Trabalho em equipa

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

On completion of this course a student should be able to: A. Knowledge and Understanding: • Describe and follow the steps of the consulting process • Solve real management and business problems (consulting-like experience) B. Subject-Specific Skills: Consulting Skills: • Identify and articulate organizational problems • Apply effective data collection techniques • Use analytical frameworks to organize data analysis • Interpret analyses • Develop implementable solutions • Prepare project report and client presentation C. General Skills: Interpersonal Skills: • Client relationship skill • Teamwork

3.2.5. Conteúdos programáticos:

Metodologia de apresentação - Formação em realização de entrevistas – Formação em Análise de Problemas – Formação em apresentações – Apresentações de Grupo Ponto N° 1: Identificação e Plano de trabalho – Apresentações de Grupo Ponto N° 2: Desagregação - Apresentações de Grupo Ponto N° 3: Validação.

3.2.5. Syllabus:

- Methodology Presentation - Conducting Interviews training - Issue analysis training - Presentation skills training - Group presentations step 1: Identification and work plan - Group presentations step 2: Disaggregation - Group

presentations step 3: Validation

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

O curso destina-se a contribuir para uma melhor compreensão da Consultoria em vários níveis: consultoria a nível da empresa (questões ligadas ao funcionamento de uma empresa de consultoria: relacionamento com o cliente, a empresa e as práticas de organização) e a nível de projectos (ciclo de vida de um projecto, etapas de análise, competências necessárias, metodologia, etc ...). Maior ênfase é dado à prática de consultoria através de um projecto real e no desenvolvimento de actividades de alto impacto tais como recolha de dados, análise, descrição do projecto e apresentação ao cliente. Os alunos agem como consultores para a empresa do cliente, onde eles passam a maior parte do seu tempo. O contato profissional direto entre alunos e as empresas também é usado para facilitar o desenvolvimento da carreira e a procura de talentos por parte das empresas. O curso promove a interação entre alunos e empresas, usando uma metodologia de consultoria que contribui para estudar e resolver problemas reais de gestão e de negócios. Para tal, o curso começa com a apresentação de uma metodologia de consultoria, que serve como base para as várias etapas e estrutura de trabalho. Os alunos devem mobilizar e aplicar os conhecimentos adquiridos durante o resto do MBA. A metodologia apresentada é usada apenas para criar uma base de conhecimento explícito do que é basicamente impulsionado por mera intuição relativamente ao processo típico de resolução de problemas: - Qual é o problema? (definição e compreensão) - Quais são as principais causas? (desagregação e priorização) - O que deve ser analisado? (informação e interpretação) - Quais são as soluções? (recomendação e comunicação) Esta metodologia ajuda os alunos a desenvolver as suas próprias abordagens de forma coordenada e estruturada. As empresas vão identificar os assuntos de interesse para o qual eles vão alocar recursos e fornecer informações a fim de ajudar o desenvolvimento de um projeto real de consultoria, com a expectativa receberem as percepções dos alunos relativamente às questões identificadas. A confidencialidade deste trabalho é assegurada, conseqüentemente cada equipa compromete-se a utilizar as informações das empresas exclusivamente para o desenvolvimento deste projecto específico e que as recomendações só serão partilhada com os gestores de cada empresa.

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

The course is intended to contribute to a better understanding of Consulting at multiple levels: consulting firm level (issues associated with running a consulting firm: client relationship, firm and practices organization) and project level (lifecycle of a project, steps of analysis, necessary skills, methodology...). Further emphasis is given to the practice of consulting through a field project and the development of high impact skills like data collection, analysis, writings and client presentation. Students act as consultants to the client firm, where they spend most of their time. The direct professional contact between students and companies is also used to facilitate both career development and companies' quest for talent. The course develops interaction between students and firms, by using a consulting methodology that contributes to understand and solve real management and business problems. For that purpose, the course starts with a presentation of a consulting methodology, which acts as a baseline of the various steps and work structure. Students are expected to mobilize and apply the management knowledge acquired during the rest of the MBA. The presented methodology is used only to create a baseline of explicit knowledge from what is basically driven up on sheer intuition regarding the typical problem resolution process: - What is the problem? (Definition and understanding) - What are the main causes? (Disaggregation and prioritization) - What should be analyzed? (Information and interpretation) - What are the solutions? (Recommendation and communication) This methodology helps students to develop their own approaches in a coordinated and structured manner. Companies will identify subjects of concern for which they will allocate resources and provide information in order to help the development of a real consulting project, expecting to gain insight around the identified issues. The confidentiality of this work has to be assured, therefore each team has to commit to use companies' information solely for the development of this specific project and that recommendations will be shared only with managers of each company.

3.2.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

O curso começa com a apresentação de um metodo de consultoria, que serve de base para os vários passos e a estrutura de trabalho. A metodologia apresentada é usada apenas para criar uma base de conhecimento explícito do que é basicamente impulsionado por mera intuição relativamente ao processo típico de resolução de problemas: - Qual é o problema? (definição e compreensão) - Quais são as principais causas? (desagregação e priorização) - O que deve ser analisado? (informação e interpretação) - Quais são as soluções? (recomendação e comunicação) Esta metodologia ajuda os alunos a desenvolver as suas próprias abordagens de forma coordenada e estruturada. As empresas vão identificar os assuntos de interesse para o qual eles vão alocar recursos e fornecer informações a fim de ajudar o desenvolvimento de um projeto real de consultoria. Avaliação: 25% avaliação individual dos colegas; 25% avaliação individual do professor; 50% Avaliação do trabalho de grupo

3.2.7. Teaching methodologies (including assessment):

The course starts with a presentation of a consulting methodology, which acts as a baseline of various steps and work structure. The presented methodology is used only to create a baseline of explicit knowledge from what is basically driven up on sheer intuition regarding the typical problem resolution process: -What is the problem?(definition and understanding)-What are the main causes?(disaggregation and prioritization) -What should be analyzed?(information and interpretation) -What are the solutions?(recommendation and communication) This methodology helps students to develop their own approaches in a coordinated and structured manner. Companies will identify subjects of concern for which they will allocate resources and provide information in order to help the development of real consulting project, expecting to gain insight around the identified issues. The confidentiality of this work has to be assured. Assessment: 25% peer evaluation; 25% professor evaluation; 50% team evaluation

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

Após a conclusão deste curso o aluno deve ser capaz de: A. *Conhecimento e Compreensão:* • *Descrever e seguir os passos do processo de consultoria* • *Resolver problemas de gestão e negócios (experiência em consultoria)* B. *Competências Específicas da Cadeira: Competências de Consultoria:* • *Identificar e articular problemas organizacionais* • *Aplicar técnicas de recolha eficaz de dados* • *Uso de metodologias para organização e análise de dados* • *Interpretar análises* • *Desenvolver soluções implementáveis* • *Preparar o relatório do projecto e apresentação ao cliente* C. *Competências Gerais: Competências Interpessoais:* • *Capacidade no relacionamento com o cliente* • *Trabalho em equipa*

3.2.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

On completion of this course a student should be able to: A. *Knowledge and Understanding:* • *Describe and follow the steps of the consulting process* • *Solve real management and business problems (consulting-like experience)* B. *Subject-Specific Skills: Consulting Skills:* • *Identify and articulate organizational problems* • *Apply effective data collection techniques* • *Use analytical frameworks to organize data analysis* • *Interpret analyses* • *Develop implementable solutions* • *Prepare project report and client presentation* C. *General Skills: Interpersonal Skills:* • *Client relationship skill* • *Teamwork*

3.2.9. Bibliografia de consulta / existencia obrigatória:

Main textbook: Wickham, P. and Wickham, L., 2008, Management Consulting. Delivering an Effective Project. Prentice Hall, 3rd edition. Other textbook: Cope, M., 2003, The Seven Cs of Consulting. The definitive guide to the consulting process, Prentice Hall, 2nd edition. Reading 1: Survey on Management Consultancy, The Economist, 1997. Reading 2: Anonymous, 1996, Confessions of an ex-Consultant, Fortune, Vol. 134 (7). Lieber, R. B. 1996, Controlling your Consultants, Fortune, Vol. 134 (7). Reading 3: Giving advice in adversity + Accounting for good people (The Economist, 2008 & 2007). Reading 4: Alvesson, M. and Empson, L., 2008, The construction of organizational identity: Comparative case studies of consulting firms, Scandinavian Journal of Management, 24, p 1-16.

Mapa III - GESTÃO BANCÁRIA / BANKING

3.2.1. Unidade curricular:

GESTÃO BANCÁRIA / BANKING

3.2.2. Docente responsável (preencher o nome completo) e respetivas horas de contacto na unidade curricular:

Gonçalo Leónidas Ferreira da Rocha- 18H

3.2.3. Outros docentes e respetivas horas de contacto na unidade curricular:

<sem resposta>

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

A. Conhecimento e compreensão: • *Por que os bancos são diferentes* • *Riscos de Banking* • *Demonstrações financeiras de bancos* • *Legislação bancária* • *Conceitos de solvência e liquidez no sector bancário* • *Estratégias Bancárias e de criação de valor* • *gestão integrada de riscos nas instituições financeiras* • *A utilização de derivados para fins de cobertura, e alavancagem dos bancos* • *Risco de crédito e avaliação de risco de preços* • *Taxa de juros, gestão de requisitos de capital* • *Por que as coisas vão mal no sector bancário e o que fazer sobre isso*
B.: • *Análise de empresas bancárias e mercados* • *Análise e avaliação de riscos bancários* • *medição e gestão do risco de taxa de juro* • *medição do risco operacional e de gestão* • *Análise de desempenho das actividades bancárias usando num quadro de risco-retorno* • *Crédito e Análise de Risco ...*

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

A. Knowledge and Understanding: • *Why banks are different* • *Banking risks* • *Bank financial statements* • *Bank regulation* • *Concepts of solvency and liquidity in banking* • *Banking strategies and creation of value* • *Integrated risk management within financial institutions* • *The use of derivatives for hedging and leveraging of banking risks* • *Credit risk evaluation and pricing* • *Interest rate risk measurement and management* • *Bank capital requirements (economic and regulatory) and management* • *Why things go wrong in banking and what to do about it*
B. Subject-Specific Skills: • *Analysis of banking companies and markets* • *Analysis and evaluation of banking risks* • *Measuring and managing interest-rate risk* • *Operational risk measurement and management* • *Performance analysis of banking activities using a risk-return framework* • *Credit risk evaluation and analysis* • *Pricing credit risk* C. *General Skills:* • *Discussion skills* • *Analysis of companies and industries*

3.2.5. Conteúdos programáticos:

1a • *O que é um Banco* • *Por que existem bancos* • *funções bancárias* *1b* • *Dinheiro e preços* • *Tipos de bancos e outras instituições financeiras* *2a:* *solvência e liquidez* • *As demonstrações financeiras* • *Capital e Reservas* • *Banco Central* • *Como o sistema funciona* *2b* *O banco de produtos e o banco de clientes* • *relações bancárias* • *Onde os bancos ganham dinheiro* • *Determinantes do valor* • *Fusões e Aquisições* *3a;* *O negocio bancario* • *Riscos bancário* • *Gestão de Activos* • *A utilização de derivados para moldar riscos* *3b):* • *Ferramentas para avaliar os riscos* • *O conceito de VaR* • *Teste de Stress* *4a:* *Risco de Crédito* • *PD, LGD, EAD* • *Preço e Métodos* • *Abordagem Portfolio* • *Troca de créditos* *4b:* *Taxa de Juros Risco* • *Maturidade Gap Modelo* • *Duração Gap Modelo* • *Swaps e Forwards* *5a:* *Risco Operacional* • *frequência e gravidade* • *Risco Tolerância Matrix* *5b):* *Banco Crise* • *A crise do crédito* • *6a:* *regulação bancária. União de bancos* *.6b:* *O futuro da banca*

3.2.5. Syllabus:

1a • What is a Bank • Why there are banks • Banking functions 1b • Money and prices • Types of banks and other financial institutions 2a : Solvency and Liquidity • Financial statements • Capital and Reserves • Central Banking • How system works 2b The bank of products and the bank of clients • Customer Relationship Management • Bank lending relationships • Where banks make money • Determinants of value • M&A 3a ; Banking Business • Various banking risks • ALM and ALCO • Using derivatives to shape risks 3b): Measuring and Managing Risks • Tools to evaluate risks • The concept of VaR • Stress Testing 4a : Credit Risk • PD, LGD, EAD • Pricing and Methods • Portfolio Approach • Hedging with Credit Default Swap 4b : Interest Rate Risk • Maturity Gap Model • Duration Gap Model • Swaps and Forwards 5a: Operational Risk • Frequency and Severity • Risk Tolerance Matrix 5b): Bank Crisis • Credit crunch • Bank runs • Lender of Last Resort 6a : Regulation • Banking Union 6b : Future of Banking

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

Os conteúdos programáticos correspondem às matérias teóricas indispensáveis ao desenvolvimento das competências que se pretende que os alunos venham a adquirir, conforme se pode aferir pela comparação do syllabus com os objectivos de aprendizagem. nessa matéria, aliás, o curso segue as matérias habituais em cursos deste tipo em escolas de gestão internacionais de topo. Tal aquisição de competências fica depois reforçada com a necessidade de os alunos trabalharem essas matérias na resolução em grupo e posterior discussão em aula de case-studies reais sobre essas matérias.

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

The syllabus contents correspond to the theoretical subjects indispensable to the development of the competences that are intended for the students to acquire, as you can confirm by the comparison between the syllabus and the learning objectives. Incidentally, the course content follows the same lines as the ones used in the top international management schools. Such skill acquisition, is reinforced by case studies, problem solving and further discussion in class discussion of real case studies.

3.2.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Cada sessão de 3 horas: • Alguns artigos de livros ou comentários de jornais • palestra teórica com temas para discussão • Mesa-redonda de 30 minutos sobre um assunto específico (os alunos participarão em painéis específicos tendo um papel pré-designado) A fim de alcançar os objetivos do curso desejado, os alunos devem: • assistir às aulas e participar ativamente das discussões • Ler e preparar a literatura atribuído para cada sessão • participar nas mesas-redondas • Dedicar ao estudo em casa de cerca de 2 horas por sessão • Realizar trabalhos na intranet (2-3 perguntas por semana, de escolha múltipla)

A classificação final dos alunos será baseada no seguinte: Relatórios de grupo (4 pessoas por equipa) dos caso de estudos atribuídos: 40%, Apresentação de relatórios e participação nas aulas: 20%, exame final 40%

3.2.7. Teaching methodologies (including assessment):

This course combines theoretical lectures with practical exercises and discussion of real-life case-studies. In class, we will have, for each 3-hour session: • Some book or newspaper article commented • Theoretical lecture with topics for discussion Attend classes and actively participate in discussions • Read and prepare the assigned literature for each class • Participate in round-table discussions • Devote to home-study about 2 hours per class • Answer the short assignments on intranet (2-3 questions per week, multiple choice) Students' final grade will be based on the following: Group (4 people per team) reports of the assigned case-studies: 40%, Report presentations and class participation: 20%, Final Exam 40%

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

Em matérias onde é essencial a aquisição de conhecimentos teóricos para sua imediata aplicação prática a casos concretos consideramos essencial a combinação de aulas teóricas com a utilização de case-studies A aquisição de competências fica depois reforçada com a necessidade de os alunos trabalharem essas matérias na resolução em grupo e posterior discussão em aula de case-studies reais sobre essas matérias.

3.2.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

In matters where it is essential to acquire theoretical knowledge it is important to consider the combination of theoretical classes with the use of case studies, so that it can be immediately applied to concrete cases. The acquisition of competences is then reinforced with the need for students to work on these subjects in a group and later in a class discussion of real case studies.

3.2.9. Bibliografia de consulta / existencia obrigatória:

Saunders and Cornett (SC) - Financial Institutions Management: a risk-management approach, 8th ed, McGraw-Hill, 2013.

Mapa III - NEGÓCIOS DE FUTURO / FUTURE BUSINESS - MEETING GLOBAL CHALLENGES**3.2.1. Unidade curricular:**

NEGÓCIOS DE FUTURO / FUTURE BUSINESS - MEETING GLOBAL CHALLENGES

3.2.2. Docente responsável (preencher o nome completo) e respetivas horas de contacto na unidade curricular:
José Albuquerque Tavares - 18H

3.2.3. Outros docentes e respetivas horas de contacto na unidade curricular:
 <sem resposta>

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

Um aluno deve ser capaz de: A. Conhecimento e Compreensão: • Entender a relação entre o crescimento económico, o progresso tecnológico, e oportunidades de negócios • Compreender o processo de globalização, incluindo a natureza e o papel dos mercados emergentes • Mapear a relação de co-dependências entre as empresas e governos • Examinação e preparação para os novos desafios dos meios de comunicação novos e tradicionais, bem como do activismo social B. Competências Específicas da Cadeira: • Aplicar conceitos fundamentais na gestão e economia a situações específicas de negócios do mundo real • Relacionar conceitos com dados e números • Avaliar transformações globais actuais e o seu provável impacto sobre negócios específicos C. Competências Gerais: • Combinar as capacidades individuais com as de grupo • Apresentar informações de uma forma clara e motivadora • Combinar o conhecimento empírico e conceptual • Extrair informação relevante de um conjunto de dados inter-relacionados.

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

A student should be able to: A. Knowledge and Understanding: • Understand the relationship between economic growth, technological progress, and business opportunities • Understand the process of globalization, including the nature and role of emerging markets • Map the business and government nexus of co-dependencies • Examine and prepare for the new challenges from new and traditional media outlets, as well as social activism B. Subject-Specific Skills: • Apply fundamental concepts in management and economics to specific real world business situations • Relate concepts with figures and data-like hard evidence • Assess current global transformations and their likely impact on specific business ventures C. General Skills: • Combine individual skills with group thinking and delivery • Present information in a logical yet motivating fashion • Combine empirical and conceptual knowledge • Extract relevant insight and motivate action from a wide set of inter-related information

3.2.5. Conteúdos programáticos:

A cadeira de Negócios Futuros debruça-se sobre as oportunidades e ameaças para as empresas de negócios decorrentes do ambiente "nonmarket". Por ambiente "non-market" entendemos todos os elementos do contexto de negócios que estão além do controle directo da empresa, não sendo medidos por mercados, preços e contratos. Estes incluem as tendências de crescimento, tecnologia, demografia e estilo de vida, mudanças na integração econômica global e as novas economias emergentes, a evolução do papel do governo, meios de comunicação e ativismo social. Muitas das oportunidades para futuros negócios vêm de áreas "non-market". Estas exigem uma formação e atenção especiais por parte dos gestores. Estas interligam progressivamente a tecnologia, cultura, economia, política, e processos de gestão em formas invulgares.

3.2.5. Syllabus:

The course "Future Business" characterizes and addresses the opportunities and threats to business corporations stemming from the evolving nonmarket environment. By non-market environment we understand all elements of the business context that are beyond the direct control of the firm, not mediated by explicit markets, prices and contracts. These include trends in growth, technology, demography and lifestyle, changes in global economic integration and the emergence of new economies, the evolving role of government, the mass media and social activism. Many of the opportunities for future business come from non-market areas. These require a special training and attention on the part of managers. They progressively intertwine technology, culture, economics, politics, and management processes in ways that are far from obvious.

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

A cada grupo será solicitado um relatório final, que deverá ser entregue na data do exame, e que não deverá exceder as 10 páginas. O relatório irá incorporar todo o material das apresentações numa proposta abrangente para uma estratégia de futuro, específica para a empresa em estudo. Todo o material da aula pode e deve ser usado para formular e apoiar a estratégia "non-market". O objectivo é fornecer uma estrutura de enquadramento competitivo entre a empresa, o seu futuro e o ambiente "non-market" que irá promover o desempenho futuro da empresa. O projecto de grupo testa a aplicação criativa das ferramentas e do pensamento adquiridos em aula em empresas reais e situações do mundo real. Em apresentações de aula e no relatório final, os grupos são fortemente encorajados a usar ferramentas padrão de análise de negócios e aplicá-las ao ambiente "non-market" específico da empresa. Estas incluem, mas não estão limitadas a, análise SWOT - Forças, Fraquezas, Oportunidades e Ameaças -, a análise PEST - Políticos, Económicos, Sociais, e as Mudanças Tecnológicas -, 5 Forças de Porter, bem como tabelas, gráficos, aplicações estatísticas, fontes fotográficas e de vídeo, etc. A criatividade na aplicação destes e de outros instrumentos de análise será altamente recompensada. As notas são dadas com base no poder ilustrativo e motivacional, bem como a profundidade no uso de ferramentas analíticas e lógicas.

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

Each group will be asked to produce a final written report, due by the exam date, no more than 10 pages long. The report will incorporate all the presentations' material in a comprehensive proposal for a future strategy, specific to the corporation under study. All class material can and should be used to formulate and support the nonmarket strategy.

The objective is to provide a framework for a competitively superior fit between the organization and its future and nonmarket environment likely to foster future firm performance. The group project tests the creative application to real corporations and real world situations of all the tools and thinking acquired in class. In class presentations and in the final report, groups are strongly encouraged to use standard tools of business analysis and apply them to the corporation's specific nonmarket environment. Those include, but are not limited to, SWOT analysis – Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats -, PEST analysis – Political, Economic, Social, and Technological Changes -, Porter's 5 Forces, as well as tables, graphs, statistical applications, photographic and video sources, etc. Creativeness in applying these and other analytical tools will be highly rewarded. Grades are awarded on the basis of illustrative and motivational power, as well as depth in the use of analytical and logical tools.

3.2.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Estudos de casos - explorando um conjunto de diversas situações importantes, desenvolvido por escolas de negócios e empresas de consultoria, e criando oportunidade para um debate aprofundado de questões complexas sobre a criação de valor futuro; 2. Estudos de casos em formato de vídeo - vídeos curtos, no máximo 15 minutos de duração, que exigem uma resposta imediata e interactiva, proporcionando uma situação da vida real onde argumentação lógica e convincente é fundamental; 3. - apresentação clara de conceitos importantes de economia e gestão que têm uma influência sobre o desenvolvimento de uma estratégia de "non-market" corporativa, oferecendo uma sólida experiência de pensamento claro e lógico para novas perspectivas estratégicas; 4. Exposição empírica - maneiras de usar e analisar dados de maneiras novas e criativas, de modo a extrair valiosas e inovadoras visões estratégicas de provas concretas.

Avaliação: 50% Apresentação de grupo; 40% Exame Final, 10% Participação

3.2.7. Teaching methodologies (including assessment):

Case studies - exploring a set of important and diverse situations, developed by top business schools and consulting firms, and providing opportunity for an in-depth discussion of complex issues on the creation of future value; 2. Video case studies – short videos, at most 15 minutes long, that require an immediate and interactive response, providing a real-life situation where logical and persuasive argumentation is key; 3.Call to concepts - clear presentation of important concepts from economics and management that have a bearing on developing a corporate non-market strategy, providing a strong background of clear, logical thought to further strategic insights; 4. Empirical exposure – ways to use and analyse data in creative ways, in order to extract valuable strategic insight from hard evidence. Students will form groups to produce an original and valuable future strategy for a real, international corporation.

Assessment: 50% Group Presentation;40% Final Exam,10% Class Participation

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

Concentrando-se em uma ou, no máximo, duas questões relevantes futuras fora do mercado.

3.2.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

Concentrating on one, or at most two, relevant future nonmarket issues.

3.2.9. Bibliografia de consulta / existencia obrigatória:

The course relies mostly on specific case studies and a diverse array of media materials that will be made accessible to students, including: • "The Four Global Forces Breaking All the Trends", Richard Dobbs, James Manyika, and Jonathan Woetzel, McKinsey, 2015 • "A Fresh Look at Strategy Under Uncertainty: An Interview", The McKinsey Quarterly, 2008 • "What Every CEO Needs to Know About Nonmarket Strategy", David Bach and David Bruce Allen, Sloan, MIT, 2010 • "Asia's Rise – How and When", Hans Rosling, TED Conferences, HANS ROSLING • "Manufacturing the Future: The Next Era of Global Growth and Innovation", McKinsey Global Institute, 2012 • "Harnessing the Power of Shifting Global Flows", Jacques Bughin, Susan Lund, and James Manyika, McKinsey Global Institute, 2015 • "How do you govern a disrupted world?", Richard Dobbs, James Manyika, and Jonathan Woetzel, McKinsey, 2015 – See "What About the Future ?" above , etc..

Mapa III - COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR / CONSUMER BEHAVIOR

3.2.1. Unidade curricular:

COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR / CONSUMER BEHAVIOR

3.2.2. Docente responsável (preencher o nome completo) e respetivas horas de contacto na unidade curricular:

Rita Miguel Ramos Dias Coelho do Vale - 18h

3.2.3. Outros docentes e respetivas horas de contacto na unidade curricular:

<sem resposta>

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

Após a conclusão deste curso o aluno deve ser capaz de: •(1) Ter um profundo conhecimento dos processos de decisão do consumidor. • (2) Analisar as decisões do consumidor e as consequências sobre si próprio e outros. • (3) Sublinhar as dinâmicas internas sobre o comportamento dos consumidores, com foco sobre o papel que o próprio desempenha no processo de tomada de decisão. • (4) Delinear a influência de factores externos nas decisões de

consumo. • (5) Analisar as tendências emergentes no mercado • (6) Aprofundar conhecimentos detidos ao nível do desenvolvimento de técnicas de estudo do mercado para melhor compreender o comportamento dos consumidores.

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

On completion of this course a student should be able to: • (1) Build a strong knowledge on consumer decision processes. • (2) Analyze consumer decisions and the consequences on himself and others. • (3) Highlight the internal dynamics on consumers' behavior, focusing on the role that the self plays in the decision-making process. • (4) Outline the influence of external factors on consumption decisions. • (5) Analyze emerging trends in the marketplace • (6) Deepen the knowledge obtained regarding the development of marketing research techniques to better understand the consumer behavior.

3.2.5. Conteúdos programáticos:

Sessão 1: Introdução ao Comportamento do Consumidor • O que é o comportamento do consumidor? • A importância da segmentação etc. 2: Processo de Decisão do Consumidor • Processo de Decisão Individual • Consumidores como Resolvedores de Problemas • Emoções e Consumo • Comportamento do Consumidor Online etc. Sessão 3: Estudos e análise dos comportamentos dos consumidores • métodos de recolha de dados offline: Como avaliar o que precisa ser conhecido sobre os consumidores • O comportamento do consumidor online etc, Sessão 4: Influências internas do comportamento dos consumidores • Perceções e componente sensorial • A importância do “Eu” Sessão 5: Influências sociais e culturais no comportamento do consumidor • Comprar e Descartar: perceber a experiência de compras • O Poder Social dos Grupos: Como os “outros” influenciam as decisões dos consumidores Sessão 6: Conclusão da importância da segmentação: jogo de simulador (“Managing Segments and Customers”, Harvard Simulation Game).

3.2.5. Syllabus:

1: Introduction to Consumer Behavior • What is Consumer Behavior? • The importance of segmentation • Emerging Trends on Consumer etc. - 2: Consumer Decision Making • Individual Decision Making • Consumers as Problem Solvers • Decision-Making Process • Emotions & Consumption • Consumer behavior online etc - 3: Studies and analysis of Consumer Behavior • Methods of offline data collection: How to evaluate what information is needed regarding the consumer • The Behavior of the Online Consumer • The importance of online data collection techniques - 4: Internal Influences on Consumer Behavior • Sensations and Perception Process • Behavioral Learning Theories - 5: Cultural and Social Influences on Consumer Behavior • Buying and Disposing: understanding the shopping experience • The Social Power of Groups: How do “others” influence consumers' decisions etc - 6: Wrapping up the importance of segmentation: Simulation game (“Managing Segments and Customers”, Harvard Simulation Game).

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

O conteúdo das seis sessões foi concebido por modo a estas estarem alinhadas com os objetivos de aprendizagem: A primeira sessão tem como objetivo explicar a importância do estudo do comportamento do consumidor. Esta sessão visa cumprir os objetivos (1) e (5) definidos anteriormente.

A segunda sessão visa oferecer um conhecimento detalhado sobre processos de decisão do consumidor com a discussão de um artigo académico (“Hirschman & Holbrook 1982”). Esta sessão visa cumprir o objetivo (2) definido anteriormente.

A terceira sessão visa oferecer um conhecimento detalhado sobre estudos de mercado com a discussão de um caso de estudo (“TiVo”) e discussão de um artigo académico (“Holzwarth et al. 2006”). Esta sessão visa cumprir o objetivo (6) definido anteriormente.

A quarta sessão visa oferecer um conhecimento detalhado sobre Influências internas do comportamento dos consumidores, com a discussão de um artigo académico (“Mattila and Wirtz 2001”). Esta sessão visa cumprir o objetivo (3) definido anteriormente.

A quinta sessão visa oferecer um conhecimento detalhado sobre Influências sociais e culturais no comportamento do consumidor, com a discussão de um caso de estudo (“Tesco PLC”). Esta sessão visa cumprir o objetivo (4) definido anteriormente.

A sexta sessão visa permitir aos alunos compreenderem os tipos de decisões que são necessárias diariamente na área de Marketing e a importância de seguir uma abordagem globalizante nesta área, através de um jogo de simulação (“Managing Segments and Customers”, Harvard Simulation Game). Esta sessão visa cumprir todos os objetivos definido anteriormente.

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

The six sessions were designed in order to be perfectly aligned with the desired learning outcomes:

The first session aims to highlight the importance of studying consumer behavior. This session is coherent with outcome (1) and (5) defined previously.

The second session aims to offer detailed insights in terms of consumer decision-making and discussion of an academic article (Hirschman & Holbrook 1982). This session is coherent with outcome (2) defined previously.

The third session aims to offer detailed insights in terms of marketing research techniques, with a case-study discussion (TiVo) and an academic article (Holzwarth et al. 2006). This session is coherent with outcome (6) defined previously.

The fourth session aims to offer detailed insights in terms of internal influences on consumer behavior, with an academic article (Mattila and Wirtz 2001). This session is coherent with outcome (3) defined previously.

The fifth session aims to offer detailed insights in terms of cultural and social influences on consumer behavior, with a case-study discussion (Tesco PLC). This session is coherent with outcome (4) defined previously.

The sixth session aims to allow participants to understand the kind of daily decisions marketers face and how important it is to follow an holistic marketing approach, through a simulation game (“Managing Segments and Customers”, Harvard Simulation Game) This session integrates all outcomes defined previously.

3.2.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

A participação nas aulas inclui aplicar os conhecimentos teóricos e responder a perguntas relacionadas com problemas atribuídos, casos, ou leituras:

Artigo #1: Hirschman, E. C., & Holbrook, M. B. (1982), "Hedonic consumption: emerging concepts, methods and propositions", The Journal of Marketing, 92-101.

Artigo #2: Holzwarth, Martin, Chris Janiszewski, and Marcus Neumann (2006), "The Influence of Avatars on Online Consumer Shopping Behavior," Journal of Marketing, 70(4), 19-36.

Artigo #3: Mattila, Anna and Jochen Wirtz (2001), "Congruency of Scent and Music as a driver of In-Store Evaluations and Behavior", Journal of Retailing, 77, 273-289.

Caso #1: "TiVo", Kellogg School of Management, Ref:5-104-024

Caso #2 "TESCO PLC: Fresh & Easy in the United States", Harvard Business School, Ref 9-511-009.

O curso irá incluir trabalho individual e de grupo:

Exame escrito: 50%

Projecto de grupo: 35%

Participação na aula e debates sobre os casos de estudo: 15%

3.2.7. Teaching methodologies (including assessment):

Class participation includes answering questions related to assigned problems, cases, or readings:

Article #1: Hirschman, E. C., & Holbrook, M. B. (1982), "Hedonic consumption: emerging concepts, methods and propositions", The Journal of Marketing, 92-101.

Article #2: Holzwarth, Martin, Chris Janiszewski, and Marcus Neumann (2006), "The Influence of Avatars on Online Consumer Shopping Behavior," Journal of Marketing, 70(4), 19-36.

Article #3: Mattila, Anna and Jochen Wirtz (2001), "Congruency of Scent and Music as a driver of In-Store Evaluations and Behavior", Journal of Retailing, 77, 273-289.

Case-study #1: "TiVo", Kellogg School of Management, Ref:5-104-024

Case-study #2 "TESCO PLC: Fresh & Easy in the United States", Harvard Business School, Ref 9-511-009.

The course will include both individual and group work:

Written exam: 50%

Group project assignment: 35%

Class participation and case-studies discussion: 15%

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

Este curso utiliza uma aprendizagem centrada na participação em aula, o que implica uma forte participação dos alunos. Para alcançar este objectivo, este curso inclui, em quase todas as sessões a discussão de um caso relacionado com o conteúdo específico de cada sessão. Além disso, o curso também envolve a conclusão de um projecto em grupo, onde os alunos abordam um desafio específico e desenvolvem pesquisa aplicada de forma a fornecer um conjunto de recomendações para a empresa. Este conjunto de práticas de ensino está totalmente alinhado com os objetivos do curso.

3.2.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

This course uses a participation-centered learning, which implies a strong participation from the students. To reach this objective, this course includes in almost every session a case-study discussion, aligned with the content of each specific session. Moreover, the course also involves the completion of a group project assignment where students are presented with a specific real challenge and asked to develop applied research to provide a set of recommendations to the company. This set of teaching practices is totally aligned with the course objectives.

3.2.9. Bibliografia de consulta / existencia obrigatória:

Textbook: Solomon, Michael (2012), Consumer Behavior: Buying, Having and Being, 10th edition, Pearson Higher Education Case Studies and Readings: □ "TiVo", Kellogg School of Management, Ref:KEL132 □ "DELL Inc: Leveraging on Social Media Experience", IBS Center for Management Research, Ref: 513-015-1 □ "7-Eleven in Taiwan: Adaptation of Convenience Stores to New Market Environments", Ivey School of Business, Ref: 9B12A011 □ "Revitalizing Barbie", ICFAI Business School, Ref: 507-053-1. □ "Rethinking Marketing", Harvard Business Review, Management article Ref^o R1001F

Mapa III - CONTABILIDADE FINANCEIRA / FINANCIAL ACCOUNTING**3.2.1. Unidade curricular:**

CONTABILIDADE FINANCEIRA / FINANCIAL ACCOUNTING

3.2.2. Docente responsável (preencher o nome completo) e respetivas horas de contacto na unidade curricular:

Ricardo Reis (27h)

3.2.3. Outros docentes e respetivas horas de contacto na unidade curricular:

Joana Fontes (27h);Cristina Neto de Carvalho - 27h

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

Ao concluir este curso, o aluno deve ser capaz de: A. Conhecer e entender • diversos conceitos usados em finanças, análise de investimentos, avaliação de projetos, etc. e o que os números representam e como eles podem ser alterados. B. Competências Específicas: • Aprender como os débitos e créditos são usados para contabilizar os valores de todas as transações das empresas e como são compilados para criar demonstrações financeiras. Os alunos também aprendem como as decisões dos gerentes e as avaliações subjetivas podem afetar os valores apresentados nas demonstrações financeiras e nas reações do mercado de capitais. C. Competências Gerais: • Compreender as notícias da imprensa financeira que relatam o desempenho da empresa e as opiniões de analistas sobre retornos futuros de investimentos.

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

On completion of this course a student should be able to: A. Knowledge and Understanding: • Know several concepts which are commonly used in finance, investment analysis, project evaluation, etc., and understand what the figures represent and how they can be changed. B. Subject-Specific Skills: • Learn how debits and credits are used to account for the values of all transactions of firms and how they are compiled for the creation of financial statements. The students also learn how managers' decisions and subjective evaluations can affect the values presented in financial statements and capital market's reactions. C. General Skills: • Understanding news in financial press which report on firm's performance and analysts' opinions on future returns on investments.

3.2.5. Conteúdos programáticos:

A Contabilidade é a linguagem do negócio, no que se refere á tomada de decisões ou divulgação de informações aos stakeholders. No final os alunos terão aprendido a compreender esta linguagem, por forma a interpretar as informações das empresas, e as notícias da imprensa financeira. Serão também capazes de construir e analisar um conjunto completo de demonstrações financeiras, tais como as constantes no relatório anual, a fim de avaliar várias questões, nomeadamente estrutura de capital, liquidez e rentabilidade. O conteúdo das classes é o seguinte: 1. Introdução à contabilidade financeira e seus principais conceitos 2. Fluxo de informações de contabilidade e o sistema de competência 3. A demonstração de resultados, a demonstração de mutações do patrimônio líquido e o balanço patrimonial. Fluxos de caixa e notas 5. Volume de negócios e contas a receber 6. Inventário 7. Revisões e testes intermediários 8. Tangíveis e intangíveis 9. Contas a pagar 10. Dívida 11. Patrimônio líquido

3.2.5. Syllabus:

Accounting is the language of business, when it comes to making decisions and disclosing information to stakeholders. At the end of this module students will have learned this language, so they can interpret the information disclosed by companies as well as the news on the financial press. They will also be able to build from scratch and analyze a complete set of financial statements, such as the ones in an annual report, in order to evaluate issues such as capital structure, liquidity and profitability. The content of classes is as follows: 1. Introduction to financial accounting and its main concepts 2. The flow of accounting information and the accrual system 3. The income statement, the statement of changes in equity and the balance sheet 4. The statement of cash flows and the notes 5. Turnover and accounts receivables 6. Inventory 7. Revisions and intermediate test 8. Property, plant and equipment and intangible assets 9. Accounts payable 10. Debt 11. Equity

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

Em cada aula será debatido um tópico em particular de contabilidade financeira. Em cada tópico todos os conceitos importantes serão introduzidos, debatidos e aplicados para que os alunos saibam interpretar a informação dos relatórios financeiros.

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

Each class is used to discuss a particular topic of financial accounting. In each topic all the relevant concepts are introduced, discussed and applied so that students know how to interpret them in financial statements. This will allow students to use the information of financial statements to understand news and proceed to valuation.

3.2.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

O curso inclui 33 horas de palestras, distribuídas em 11 aulas (3 horas cada). Em cada aula será discutido um tópico específico. Nesse debate haverá uma combinação entre prática, teoria e exemplos, através de questionários e problemas. Isso permite que os alunos aprendam os conceitos e compreendam os principais procedimentos a nível de contabilidade antes de aplicá-los. Aos alunos é fornecido um conjunto de slides que incluem teoria e exemplos (da imprensa financeira, técnicos e relatórios profissionais), e são depois debatidos na aula. Os questionários e problemas serão dados na sala de aula, e serão avaliados. Além disso, certos exercícios são sugeridos para trabalho de casa. A nota final dos alunos será calculada com base: Frequência: 20% , Testes e problemas: 20%, Teste intermediário: 20% e Exame final: 40%

3.2.7. Teaching methodologies (including assessment):

The course includes 33 hours of lectures, distributed through 11 classes (3 hours each). Each class is used to discuss a particular topic. In this discussion there will be a combination of theory and examples with practice, through quizzes and problems. This allows students to learn the concepts and understand the main accounting procedures before they apply them. Students are provided with a set of slides which include theory and examples (both technical and from the financial press and professional reports), and are discussed in classes. The quizzes and problems will be provided in class, given that they are graded. Moreover, exercises are suggested as possible homework. Students' final grade will be calculated using the following items and weights: Attendance: 20% Quizzes and problems: 20% Intermediate test: 20% Final exam: 40%

- 3.2.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:**
Os slides usados nas aulas incluem um sumário dos principais conceitos, e também questões a serem debatidas nas aulas, exemplos de notícias e pequenos exercícios. Desta forma os alunos aprendem os conceitos e ficam imediatamente consciente de como deverão aplicar os mesmos e de que forma a empresa financeira fala sobre eles.
- 3.2.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:**
The slides provided to class include not only a summary of the main concepts but also questions to be discussed in class, examples from news and small exercises. This way students learn the concepts and are immediately aware of how to apply them and how the financial press reports it.
- 3.2.9. Bibliografia de consulta / existencia obrigatória:**
*The main textbook is "Financial Accounting – IFRS edition", 2nd edition, de Weygandt, Kimmel e Kieso – John Wiley & Sons. The book's site has some slides, check figures and self-tests:
<http://eu.wiley.com/WileyCDA/WileyTitle/productCd-EHEP002480.html> <http://bcs.wiley.com/he-bcs/Books?action=index&bcsId=7352&itemId=1118285905> Additionally, students may use "Financial Accounting – Global edition", de Short, Libby e Libby – McGraw Hill.*

Mapa III - MARKETING INTERNACIONAL / INTERNATIONAL MARKETING

- 3.2.1. Unidade curricular:**
MARKETING INTERNACIONAL / INTERNATIONAL MARKETING
- 3.2.2. Docente responsável (preencher o nome completo) e respetivas horas de contacto na unidade curricular:**
Raimundo Wilson Bastos Sales Neto - 18h
- 3.2.3. Outros docentes e respetivas horas de contacto na unidade curricular:**
<sem resposta>
- 3.2.4. Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):**
Um dos objectivos principais deste curso é desenvolver a compreensão de conceitos fundamentais, e metodologias, a nível do marketing internacional e das ferramentas a serem utilizadas na empresa. Uma melhor compreensão das semelhanças e diferenças entre os diferentes países permitirá aos alunos a tomada de decisões objectivas na área de marketing internacional.
- 3.2.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):**
An important goal of this course is to develop an understanding of fundamental concepts, methodologies, and applications of international marketing, which should materialize in the form of tools to be used in the firm. The improved comprehension about similarities and differences among countries should equip students to make objective decisions in the area of international marketing.
- 3.2.5. Conteúdos programáticos:**
Os tópicos abordados em detalhes são: Introdução ao Marketing Internacional e o Meio Ambiente do Marketing Global (por exemplo, ambientes económicos, políticos, sociais, e culturais globais) do mix de marketing global (por exemplo, decisões de marcas e produtos, preços, canais e distribuição). Exemplos reais são parte integrante da aula.
- 3.2.5. Syllabus:**
The following topics and related ones are covered in detail. Real-world examples are an integral part of the class discussions. Introduction to International Marketing and the Global Marketing Environment (e.g., global economic, political, social, and cultural environments) The Global Marketing Mix (e.g., brand and product decisions, pricing, channels and distribution)
- 3.2.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:**
O curso começa com temas gerais associados a globalização, a orientação global do gestor de marketing, e os factores que promovem ou inibem o comércio global. Em seguida, teremos uma abordagem mais focalizada no ambiente cultural global e vamos analisar criticamente marketing global - ou seja, o ambiente cultural. O objectivo é sensibilizar o aluno não só para semelhanças e diferenças culturais, mas também para ultrapassar preconceitos para melhor interpretar essas semelhanças e diferenças. São debatidas estratégias para superar esses preconceitos. O curso analisa os elementos-chave do marketing global, e os componentes individuais do comércio global. As aulas seguintes abordam, O produto internacional, os preços globais, e as causas globais. São apresentadas estratégias aos alunos em termos do desenvolvimento de produtos internacionais e formas alternativas de preços bem como a distribuição dos produtos em todo o mundo. Serão elaborados em profundidade as implicações de cada estratégia para a empresa e para o consumidor. Finalmente, o curso termina com uma discussão sobre o elemento mais importante do marketing global, o consumidor. O debate concentra-se nos processos psicológicos do consumidor, e em como esse entendimento pode ajudar o gestor de marketing a tomar decisões na área internacional.

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

Our first class meeting (Introduction to Global Marketing) kicks off the course with broad topics associated with globalization, the global orientation of the marketing manager, and factors that foster or inhibit global trade. Next, in The Global Cultural Environment we take a more focused approach and look at a critical dimension of global marketing--i.e., the cultural environment. This class intends to sensitize the student not only to cultural similarities and differences, but also to the student's own biases in interpreting those similarities and differences. Strategies to overcome such biases are discussed. By progressively focusing on key elements of global marketing, the course looks at individual components global trade. The next class meetings cover The International Product, Global Prices, and Global Channeling. Students are presented with strategies in terms of developing international products, and alternative ways of pricing and distributing these products around the world. Implications of each strategy for the firm and the consumer are elaborated in depth. Finally, the course closes with a discussion on the final (and perhaps most important element of global marketing), The Consumer. The discussion here focuses on the psychological processes of the consumer's experience, understanding that helps the international marketing manager make decisions in the international arena.

3.2.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

O curso envolve aulas, leituras semanais de capítulos de livros e casos reais, e resolução das questões presentes nos casos. Avaliação: Participação e Assiduidade (10%); Quizzes (35%); Exame (55%)

3.2.7. Teaching methodologies (including assessment):

The course involves lectures, weekly readings of book chapters and real-world cases, and solving of the issues present in the cases. Assessment: Class Participation and Attendance (10%); Quizzes (35%); Exam (55%)

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

As diferentes abordagens em sala de aula visam transmitir conhecimentos teóricos e metodologias que os alunos possam utilizar na realização das leituras, assim como na procura de soluções alternativas para assuntos debatidos em sala de aula. Todos os alunos devem participar nos debates nas aulas e são incentivados a isso por forma a reforçar uma habilidade importante - o falar em público.

3.2.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The different approaches aim to transmit to students' theoretical knowledge and frameworks (lecture), they are expected to use them while reading class material (book chapters and real-world cases) and in the next class meeting come up with alternative solutions to the discussed issues. As such, we cover the transmission of knowledge, the sharpening of individual thinking and analysis, and the improvement of problem-solving skills. Finally, because all students are expected and encouraged to participate in class discussions, another important skill is also enhanced-- public speaking.

3.2.9. Bibliografia de consulta / existencia obrigatória:

Book chapters drawn from Global Marketing Management (Keegan), which Pearson Higher Education describes as "This is the leading MBA text in International marketing" (citation from the link below) and articles drawn from credible outlets around the world (e.g., The Financial Times, The Economist, National Public Radio-USA, The Washington Post) <http://www.pearsonhighered.com/educator/product/Global-Marketing-Management/9780136157397.page>

Mapa III - FINANÇAS / CORPORATE FINANCE**3.2.1. Unidade curricular:**

FINANÇAS / CORPORATE FINANCE

3.2.2. Docente responsável (preencher o nome completo) e respetivas horas de contacto na unidade curricular:

Guilherme Almeida e Brito - 27h

3.2.3. Outros docentes e respetivas horas de contacto na unidade curricular:

Paulo Soares de Pinho - 27h; António Sarmento Gomes Mota - 27h; Miguel Ferreira - 27h

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

Ao completar esta disciplina um aluno deverá ter a capacidade de: Avaliar projetos de investimento. Entender a avaliação básica de obrigações, ações e opções. Compreender a relação entre risco e retorno. Compreender a relação entre a estrutura de capital da empresa e o seu custo de capital. Estimar o custo do capital para as empresas e para projetos de investimento.

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

On completion of this course a student should be able to: Value investment projects. Understand basic valuation of bonds, stocks and options. Understand the relationship between risk and return. Understand the relationship between capital structure and the cost of capital. Estimate the cost of capital for firms and investment projects

3.2.5. Conteúdos programáticos:

Atualizações e Capitalizações. Avaliação de Obrigações. Avaliação de Ações. Avaliação de Projetos de Investimento. Risco e Retorno. Teoria de Gestão de Carteiras. CAPM, APT. Custo de Capital: Alavancagem Financeira, MM. Custo de Capital: WACC. Avaliação de Opções.

3.2.5. Syllabus:

Present Values. Asset Valuation: Bonds, Stocks. Project Valuation. Risk and Return. Portfolio Theory. CAPM, APT. Cost of Capital: Financial Leverage, MM. Cost of Capital: WACC. Asset Valuation: Options.

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

*Os conteúdos programáticos da unidade curricular foram concebidos de modo a garantir que os alunos:
Adquiram um conhecimento geral dos fundamentos das finanças.
Aprendem os principais modelos financeiros para explicar o comportamento dos mercados.
Conhecem e aprendem a aplicar os principais instrumentos financeiros necessários para a gestão de empresas.*

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

*The course syllabus is designed to ensure that students completing this course should:
Possess a general knowledge of the financial fundamentals.
Learn the most important financial models to explain the behavior of financial markets.
Learn and apply the most fundamental financial tools and frameworks to be used at the corporate level.*

3.2.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

*Esta é uma disciplina exigente em termos quantitativos. Espera-se que os alunos adquiram uma compreensão clara dos conceitos financeiros e grande familiaridade com a sua utilização prática.
O curso requer leitura cuidadosa do livro recomendado e tempo extenso para exercícios.
Avaliação: Mini-teste: 10%, Exame intercalar: 40%, Exame final: 45%,
Trabalhos escritos + Participação em aula: 5%.*

3.2.7. Teaching methodologies (including assessment):

*This is a demanding quantitative course. Students are expected to acquire a clear understanding of financial concepts and great familiarity with financial techniques.
The course requires careful reading of the textbook and extensive time for exercises. Assessment: Mini-test: 10%, Midterm Exam: 40%, Final Exam: 45%, Written Assignments, Participation: 5%*

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

*As metodologias desta unidade curricular foram concebidas de modo a que os alunos:
Adquirem um conhecimento global das finanças, nas aulas e através das leituras indicadas.
Aprendam a aplicar o material dado em aula através da realização de exercícios.
Aprendam a aplicar a análise financeira a problemas de gestão reais discutidos em aula.*

3.2.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

*The course teaching methodologies are designed to ensure that students completing this course should:
Acquire a global knowledge of finance through lectures and assigned readings.
Apply the material taught in class through assigned exercises.
Learn how to apply financial analysis to realistic business examples given in class.*

3.2.9. Bibliografia de consulta / existencia obrigatória:

Required textbook: Briley, Myers & Allen (BMA), "Principles of Corporate Finance", 11th edition, McGraw-Hill ((previous editions are also acceptable). Students may use instead alternative textbooks: Ross, Westerfield, Jaffe & Jordan, "Modern Financial Management", Ross, Westerfield and Jaffe, "Corporate Finance" or Berk & DeMarzo, "Corporate Finance".

Mapa III - EMPREENDEDORISMO / ENTREPRENEURSHIP - FROM IDEA TO ENTERPRISE**3.2.1. Unidade curricular:**

EMPREENDEDORISMO / ENTREPRENEURSHIP - FROM IDEA TO ENTERPRISE

3.2.2. Docente responsável (preencher o nome completo) e respetivas horas de contacto na unidade curricular:

Pedro Miguel Miranda Neves - 33H

3.2.3. Outros docentes e respetivas horas de contacto na unidade curricular:

Vikas Shah - 33H

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

Após a conclusão deste curso o aluno deve ser capaz de: A.: • Desenvolvimento de uma compreensão holística de uma proposta de negócio e as etapas para lançá-lo; • Compreensão do comportamento do empreendedor; • A compreensão dos desafios estratégicos e gestão organizacionais enfrentados pelos empresários. B.: • Seleção de uma ideia de negócio, de acordo com o seu potencial e as capacidades da equipa empreendedora; • Desenvolver a concepção de um modelo de negócios para um novo projecto; e utilizar as ferramentas de planeamento de negócios para analisar e dissecar rapidamente ideias de negócio • Apresentação / afinação do projecto de start-up completo: requisitos de organização, equipa e definir capitais. C.: • O pensamento crítico; • Capacidades de comunicação; • Capacidades Estratégicas; • competências relacionais

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

On completion of this course a student should be able to: A. Knowledge and Understand: • Development of a holistic understanding of a new business proposal and steps to launch it; • Understanding of the unique elements of entrepreneurial behavior: • Understanding of the behavioral, strategic, managerial and organizational challenges faced by entrepreneurs. B. Subject-Specific Skills: • Selection of a business idea in accordance with its potential and the abilities of the entrepreneurial team; • Developing the design of a business model for a new venture; and use business planning tools to rapidly analyze and dissect business ideas • Presentation/Pitch of the complete start-up design: organization, team and capital requirements. C. General Skills: • Critical thinking; • Communication skills; • Strategic skills; • Relational skills.

3.2.5. Conteúdos programáticos:

1: A perspectiva empreendedora 2: Mas isso funciona? Identificar boas idéias e transformá-los em oportunidades / Apresentação para formação da equipa 3: Empreendedorismo e Plano de Negócios - Olhando para a estrutura fundamental de um plano e como ele se relaciona ao empreendedorismo. 4: Mercado Empresarial - Olhando para os princípios do marketing do ponto de vista de um empreendedor on-line e off-line através de outros canais. 5: Quem é minha persona? Pesquisa de mercado para startups 6: VC Virtual (em parceria com Startup Lisboa e DNA Cascais) 7: Lean Startup & Canvas apresentação 8: Solução de problemas: Brainstorming 9: Todos por um e um por todos: a mente empreendedora e equipa de fundadores 10: Finanças empresariais - Como empreendedores e outros levantam capital. 11: Pitch Preliminar/ Como fazer uma excelente apresentação de negócios . 12: Pitch em equipa.

3.2.5. Syllabus:

1: The entrepreneurial perspective 2: But does it work? Identifying good ideas and turning them into opportunities / Speed dating for team formation 3: Entrepreneurship and Business Plans - Looking at the key structure of a plan and how it relates to entrepreneurship. 4: Entrepreneurial Marketing – Looking at the principles of marketing from an entrepreneur’s perspective across online offline and other channels. 5: Who is my persona? Market research for startups Guest Speaker: to be defined 6: Virtual VC session (in partnership with Startup Lisboa and DNA Cascais) 7: Lean startup & Canvas Guest Speaker 8: Solving problems: Brainstorming / Business Plan Do’s and Don’ts Guest Speaker: to be defined. 9: All for one and one for all: The entrepreneurial mind and founders’ team Guest Speaker 10: Entrepreneurial Finance – Looking at how entrepreneurs and others raise money. 11: Preliminary Pitch / How to make an outstanding business presentation. 12: Team Pitches

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

O programa abrange vários temas relacionados com o desenvolvimento de uma nova proposta de negócio, incluindo a forma de transformar idéias em oportunidades de negócios (sessão 2), a forma de identificar os segmentos de clientes e desenvolver estudos de mercado (sessões 4 e 5), ao destacar os principais desafios, tais como a forma de gerir e resolver problemas (sessão 8), desenvolver uma grande equipa (sessão de 9) ou fazer uma apresentação fenomenal (sessão 11). Discutimos, também, as tendências e os modelos actuais utilizados na criação de novas empresas, incluindo o modelo startup (sessão 7). Para atingir esses objectivos, trabalharemos em estreita colaboração com o ecossistema empreendedor, ou seja, convidando indivíduos-chave da cena empresarial de Lisboa (em média quatro convidados: sessões de 5, 7, 8 e 9), eo desenvolvimento de uma sessão virtual "Venture Capital" (sessão 6), onde várias startups se apresentam aos investidores e os estudantes de MBA devem tomar decisões de investimento. Os alunos têm de seleccionar ideias (sessões 1 e 6), avaliar o seu potencial e desenvolver um modelo de negócio (traduzido em um plano de negócios: sessões de 3, 8 e 10) para essa ideia, terminando com uma apresentação aos investidores num júri externo, composto por membros do ecossistema empresarial (por exemplo, as incubadoras, aceleradores, os investidores; sessão 12).

3.2.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit’s intended learning outcomes:

The syllabus covers several topics related to the development of a new business proposal, including how to turn ideas into business opportunities (session 2), how to identify customer segments and develop market research (sessions 4 and 5), while highlighting key challenges, such as how to pivot and solve problems (session 8), develop a great team (session 9) or make an outstanding pitch (session 11). We also discuss current trends and models used in new venture creation, including the lean startup model and the business model canvas (session 7). We achieve these goals by working closely with the entrepreneurial ecosystem, namely by inviting key individuals of the Lisbon entrepreneurial scene (on average four guests: sessions 5, 7, 8 and 9), and developing a virtual Venture Capital session (session 6), where several startups make an investor pitch and MBA students make investment decisions. Students have to select ideas (sessions 1 and 6), assess its potential and develop a business model (translated into a business plan: sessions 3, 8 and 10) for that idea, finishing with an investor pitch for an external jury composed by members of the entrepreneurial ecosystem (e.g., incubators, accelerators, investors; session 12).

3.2.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

O empreendedorismo exige criatividade, e beneficia-se muito da experiência pessoal. No entanto, a preparação, organização, visão e trabalho estruturado são teclas de ativos para o desenvolvimento de um empreendimento empresarial bem sucedido. O currículo do MBA proporciona aos alunos um conjunto de ferramentas importantes em diversas áreas, como estratégia, finanças, gestão de recursos humanos e marketing (entre outros). As aulas fornecem aos alunos a oportunidade de usar essas capacidades de forma integrada a perspectiva e seleccionar, organizar e desenvolver um projecto empresarial. Nas aulas serão usados uma variedade de ferramentas para ajudar os alunos a alcançar essas metas. Estas ferramentas vão das aulas "tradicionais", exercícios vivenciais e oradores convidados para a discussão de casos, exercícios e estudos chave

Participação na aula (15%), Revisão paritária/avaliação pelos pares (15%), VC Virtual (10%), Plano de negócios (40%),

3.2.7. Teaching methodologies (including assessment):

Entrepreneurial activities require creativity, and benefit much from personal experience. However, preparation, organization, foresight and structured work are keys assets for the development of a successful entrepreneurial venture. The MBA curriculum gives students a set of important tools in diverse areas such as strategy, finance, human resource management, and marketing (among others). This class provides the students with the opportunity to use those skills in an integrated fashion to prospect, select, organize and develop an entrepreneurial project. Therefore, our classes will use a variety of tools to help students achieve these goals. These tools go from "traditional" lectures (although it is expected that these lectures revolve around lively discussions), experiential exercises and guest speakers to the discussion of cases, exercises and key papers

Class participation (15%), Peer review (15%), Virtual VC (10%), Business plan (40%), Final pitch (20%)

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

A combinação dos métodos descritos na secção anterior permite aos alunos desenvolver uma perspectiva holística de um novo negócio: a) discutir com oradores e convidados, b), assumindo a perspectiva de outras partes interessadas, tais como na sessão de Venture Capital virtual, c) passando por exercícios experimentais como brainstorming ou a realização de avaliações pelos pares, e d) que trabalham activamente em seu próprio projecto. Esta abordagem em primeira mão com múltiplas perspectivas (desenvolvimento de uma ideia, escrever o plano de negócios, mas também analisar a viabilidade de startups existentes, revendo os modelos de negócios e apresentação a outros grupos) é fundamental para a retenção a longo prazo de conceitos e sua aplicação a outras oportunidades de negócios. Alguns desafios relevantes do processo de empreendedorismo serão apresentados, usando artigos publicados nas principais revistas académicas e orientando os alunos (por exemplo, Harvard Business Review) para aprofundar a discussão desses tópicos.

3.2.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The combination of the methods described in the previous section allows students to develop a holistic perspective of a new business by: a) discussing with lecturers and guests, b) assuming the perspective of other stakeholders, such as in the virtual Venture Capital session, c) going through experiential exercises like brainstorming or conducting peer reviews, and d) working actively on their own project. This first-hand approach with multiple perspectives (developing an idea, pitching the idea, writing the business plan; but also analyzing the viability of existing startups, reviewing other groups' business models and pitches) is central for the long-term retention of the concepts and its application to other business opportunities. Some relevant challenges of the entrepreneurial process (e.g., pivoting, lean startup, building teams, writing business plans) will be further examined using articles published in top academic and practitioner oriented journals (e.g., Harvard Business Review) to deepen the discussion of those topics.

3.2.9. Bibliografia de consulta / existencia obrigatória:

BOOKS Acs, Z.J., & Audretsch, D.B. (2011). Handbook of entrepreneurship research: An interdisciplinary survey and introduction. New York, NY: Springer. Read, S., Sarasvathy, S., Dew, N., Wiltbank, R., & Ohlsson, A. (2011). Effectual entrepreneurship. New York, NY: Routledge Timmons, J.A., & Spinelli, S. (2010). New venture creation: Entrepreneurship for the 21st century. New York, NY: McGraw-Hill ARTICLES Blank, S. (2013). Why the lean start-up changes everything. Harvard Business Review, May, 65-72. Dattner, B., & Hogan, R. (2011). Can you handle failure? Harvard Business Review, April, 117-121. McGinn, D. (2012). Too many pivots, too little passion. Harvard Business Review, September, 134-135. Mullins, J.W. (2007). Discovering "unk-unks". MIT Sloan Management Review, Summer, 17-21. Pentland, A. (2012). The new science of building great teams. Harvard Business Review, April, 61-70. Sahlman, W.A. (1997). How to write a great business plan. Harvard Business Review, July-August, 98-108.

Mapa III - FINANCIAMENTO IMOBILIÁRIO / REAL ESTATE FINANCE**3.2.1. Unidade curricular:**

FINANCIAMENTO IMOBILIÁRIO / REAL ESTATE FINANCE

3.2.2. Docente responsável (preencher o nome completo) e respetivas horas de contacto na unidade curricular:

Melissa Prado - 18h

3.2.3. Outros docentes e respetivas horas de contacto na unidade curricular:

<sem resposta>

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

Após a conclusão deste curso o aluno deve ser capaz de: A. • Aplicar a teoria económica e financeira para o problema de investimento imobiliário. B.: • Aplicar o conceito de portefólio a imóveis. • Património Imobiliário e Securitização e ligação com o investimento imobiliário directo. • Compreender a concepção de uma série de títulos interligados: RMBS (Residential Mortgage Backed Securities), Stripped Mortgage Backed Securities, CMOs (Obrigações Collateralized Mortgage). • Compreender as características principais do projeto de hipotecas subprime. • Compreender as crises de crédito subprime e descrever os detalhes na origem. C. : • Discutir o papel de imóveis em uma carteira de activos mista. • Compreender os vários produtos de investimento imobiliário.. Conhecimento de como funcionam os derivados de real estate e swaps e implicação no portefólio.

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

On completion of this course a student should be able to: A. Knowledge and Understanding: • Apply economic and financial theory to the problem of real estate investing. B. Subject-Specific Skills: •Apply Modern Portfolio to Real Estate. • Real Estate Equity Securitization and the link with direct real estate investment. •Need to understand how real estate derivatives and swaps work and their portfolio implications. • Understand the design of a number of interlinked securities: RMBS (Residential Mortgage Backed Securities), Stripped Mortgage Backed Securities, CMOs (Collateralized Mortgage Obligations). • Understand the key design features of subprime mortgage. •Understand the subprime credit crises and describe the details at the heart of the origin. C. General Skills: • Discuss the role of real estate in a mixed asset portfolio. • Understand the various real estate investment products. •Discuss the impacts of the recent mortgage market crisis on financial markets and on the economy.

3.2.5. Conteúdos programáticos:

Lista dos principais tópicos abordados no curso: • Introdução, Carteiras de imóveis a terceira classe de ativos • Imóveis • Securitização • Portefólio imobiliário • Derivados de imóveis • Crises Imóveis Dívida Securitização • Subprime

3.2.5. Syllabus:

List the main topics covered in the course: • Intro, Real Estate the third Asset Class • Real Estate Performance • Real Estate Equity Securitization • Real Estate Portfolios • Real Estate Derivatives • Real Estate Debt Securitization • Subprime Crises

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

REFI é um curso de mestrado em que os participantes terão formação em uma ampla gama de temas relacionados com investimentos de imóveis e activos hipotecários. O curso é baseado em exemplos reais de profissionais imobiliários, e os mesmos são ensinados e discutidos. Alguns dos tópicos incluídos neste curso são: carteira de imobiliário de ativos mistos; medição do desempenho imobiliário, a titularização de ações imobiliárias e o aumento e queda dos títulos garantidos por hipotecas. Os objetivos principais do curso são vincular os mercados imobiliários aos mercados financeiros, focando-se nas questões teóricas de investimento imobiliário.

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

REFI is a master course in which participants will be educated in a wide range of investment topics relating to real estate and mortgage assets. The course is applied in nature in that the actual practices of real estate professionals are taught and discussed. Some of the topics included in this course are: real estate in the mixed-asset portfolio; real estate performance measurement, real estate equity securitization, and the surge and fall in mortgage-backed securities. The primary objectives of the course are to link the real estate markets to the financial markets, giving full attention to the theoretical real estate investment issues involved.

3.2.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Aulas; Análise do Portefólio, Trabalhos, Leituras Obrigatórias de artigos e Exame final. Exam Final 60%, Trabalho de Group 25%, Apresentações 15%.

3.2.7. Teaching methodologies (including assessment):

Lectures, Portfolio Analysis, Assignment, Mandatory Readings of articles, Exam Final exam 60%, group assignment 25%, in-class presentations 15%.

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

Um dos principais objetivos do curso é ligar os mercados imobiliários aos mercados financeiros, dando total atenção às questões teóricas do investimento imobiliário. Para esse fim, o material de leitura é aplicado a um caso no qual a composição óptima da carteira é o factor determinante.

3.2.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The primary objectives of the course are to link the real estate markets to the financial markets, giving full attention to the theoretical real estate investment issues involved. To this end we apply the lecture material and readings to a case in which the optimal portfolio composition is to be determined.

3.2.9. Bibliografia de consulta / existencia obrigatória:

**DiPasquale, D., W.C. Wheaton. 1992. The Markets for Real Estate Assets and Space: A Conceptual Framework. Journal of American Real Estate and Urban Economics Association. V20, 1 pp. 181-197 •*Case, B, H.O. Pollakowski and S.M. Wachter. 1991. On Choosing Among House Price Index Methodologies. Real Estate Economics 19(3). 286-307 • Geltner, D. 1993. Estimating Market Values from Appraised values without Assuming an Efficient Market. Journal of Real Estate Research 12(2). 325-45 • Stevenson, S. 2000. International Real Estate Diversification: Empirical Tests using Hedged Indices. Journal of Real Estate Research 19(1). 105-31 • Giliberto, 1993, Measuring Real Estate Returns: The Hedged REIT Index, Journal of Portfolio Management. • *Pagliairi, J.L., K.A. Scherer, R.T. Monopoli. Public Versus Private Real Estate Equities: A More Refined, Long-Term Comparison. Real Estate Economics; Spring 2005; 33, 1, etc..*

Mapa III - GESTÃO DE RISCO / FINANCIAL RISK MANAGEMENT

3.2.1. Unidade curricular:

GESTÃO DE RISCO / FINANCIAL RISK MANAGEMENT

3.2.2. Docente responsável (preencher o nome completo) e respetivas horas de contacto na unidade curricular:

Paulo Soares de Pinho - 18H

3.2.3. Outros docentes e respetivas horas de contacto na unidade curricular:

Fernando Anjos - 18H

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

No final do curso, os alunos devem: (i) ter uma compreensão clara da racionalidade económica para a gestão de riscos, e mais concretamente as razões para a utilização de derivados; (ii) dominar as técnicas básicas para a valorização dos "forwards", futuros, "swaps" e "vanilla options"; (iii) dominar as técnicas básicas para engenharia financeira utilizando forwards, futuros, swaps e opções; (iv) saber como comparar diferentes abordagens de gestão de risco (por exemplo, decidir entre o uso de forwards vs. opções) com base numa análise de gestão de risco clara (por exemplo Valor versus Risco)

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

At the end of the course, students should: (i) have a clear understanding of the economic rationale for risk management, and specifically the rationale for managing risk using derivatives; (ii) master the basic techniques for the valuation of forwards, futures, swaps, and vanilla options (calls and puts); (iii) master the basic techniques for engineering hedges using forwards, futures, swaps, and options; (iv) know how to compare different risk-management approaches (for example deciding between the use of forwards vs. options) based on a clear risk-management output (for example Value-at-Risk)

3.2.5. Conteúdos programáticos:

Estes são os tópicos abordados no curso: 1. Noções básicas de "forwards", "futures" e opções 2. Medidas de risco e o impacto dos derivados. 3. A economia da gestão de riscos. 4. Mecânica dos mercados "Future". 5. A determinação de preços futuros e "forwards". 6. Os juros pré-forwards futuros e swaps. 7. Opção de comercialização propriedades de opções de acções e opção de estratégias de negociação. 8. Avaliação de opções: binomial e modelos Black-Scholes

3.2.5. Syllabus:

These are the topics covered in the course: 1. Basic notions of forwards futures and options. 2. Risk measures and the impact of derivatives. 3. The economics of risk management. 4. Mechanics of futures' markets. 5. Determination of futures and forwards prices. 6. Interest-rate futures forwards and swaps. 7. Option markets properties of stock options and option trading strategies. 8. Option valuation: binomial and Black-Scholes models

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

Este curso apresenta os conceitos e técnicas de gestão de riscos financeiros fundamentais. Adopta-se a perspectiva de uma empresa não financeira e analisa-se os riscos financeiros. Com alguma ênfase em aplicativos (por exemplo a gestão do risco associado com os preços do petróleo flutuantes) Em primeiro lugar, é importante entender a lógica geral da gestão de risco (objectivo aprendizagem (i)) e isso é principalmente coberto no tópico 3. Entender o mecanismo-chave através do qual as empresas gerem riscos financeiros através do uso de derivados (por exemplo, contratos a prazo ou opções); Entender como os derivados são usados para gerir risco (tópicos 1 2 4 6). Uma parte integrante deste exercício é entender como os derivados são valorizados (tópicos 5 6 7 8). Aprender esses tópicos, contribui para alcançar os objectivos de aprendizagem (ii) e (iii). Para concluir, o objectivo de aprendizagem (iv) é o corolário do curso onde todos os tópicos diferentes são combinados ao abordar um problema de gestão de riscos de uma situação real.

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

This class presents the fundamental concepts and techniques of financial risk management. We mostly adopt the perspective of a non-financial corporation and we focus on financial risks"; with some emphasis on applications (for example managing risk associated with fluctuating oil prices). It is important to understand the general rationale for risk management (learning objective (i)) and this is mostly covered in topic 3. The use of derivatives is explicitly a key mechanism through which companies manage financial (for example forward contracts or options);" much of the

course focuses on understanding how derivatives are used to manage risk (topics 1 2 4 6). An integral part of this exercise is to understand how derivatives are valued (topics 5 6 7 8). Covering these topics therefore contributes to achieving learning objectives (ii) and (iii). To conclude the learning objective (iv) is the corollary of the course where all different topics are combined when addressing a real-world risk-management problem.

3.2.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Há três elementos básicos de aprendizagem no curso: 1. Aulas 2. conjuntos de problemas semanais (individuais) 3. Casos

Avaliação: Participação da turma: 20%, exame final: 40%, conjuntos individuais de problemas: 20%, Casos (2 casos com grupos até 4 alunos): 20%

3.2.7. Teaching methodologies (including assessment):

There are three basic elements of learning in the course: 1. Lectures 2. Weekly problem sets (individual) 3. Cases

Assessment: Class participation: 20%, Final exam: 40%, Individual problem sets: 20%, Cases (2 cases with groups of up to 4 students): 20%

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

Para resolver um problema de gestão de riscos com base numa situação real, os alunos precisam primeiro desenvolver os conceitos base apropriados. Durante as aulas os alunos aprendem como as empresas fazem a gestão de risco e como podem criar valor (objectivo de aprendizagem (i)). Para atingir esse objectivo desenvolvem um caso inicial, onde são forçados a considerar o impacto da gestão de riscos e tem de efectuar a escolha de instrumentos adequados. Este caso também contribui para o objectivo de aprendizagem (iv). Em aula os alunos também aprendem sobre os detalhes de valores mobiliários derivados: como eles funcionam e (objectivos de aprendizagem (ii) e (iii)) como eles são cobrados. Os exercicios semanais servem para ajudar os alunos a consolidar a matéria e a usar as metodologias aprendidas em sala de aula com problemas numéricos simples. Finalmente, há um caso em que os alunos precisam usar toda a gama de tópicos estudados, abordando as opções de gestão da empresa. Isso contribui para o objectivo de aprendizagem (iv).

3.2.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

To solve a real-world risk-management problem students first need to develop the appropriate conceptual background. During lectures students learn why firms engage in risk management and why this can create value (learning objective (i)). Towards the same objective they also have an initial case where they are forced to consider the impact of risk management and the choice of appropriate instruments. This case also contributes towards learning objective (iv). In lectures students also learn about the details of derivative securities: how they work and how they are priced (learning objectives (ii) and (iii)). Weekly problem sets are designed to help students consolidate this material and use the formulas learned in class in simple numerical problems. Finally there is a case where students need to use the full array of topics studied when addressing the firm's management choices. This contributes towards their learning objective (iv).

3.2.9. Bibliografia de consulta / existencia obrigatória:

Main: Hull, John C., 2008, "Options, Futures, and Other Derivatives", 7th edition, Pearson Other material : o HBS case #9-205-026 – "Hedging Currency Risks at AIFS". o "A Framework for Risk Management", Kenneth Froot, David Scharfstein, and Jeremy Stein, Journal of Applied Corporate Finance, vol. 7, no. 3, Fall 1994 o "The Collapse of Metallgesellschaft: Unhedgeable Risks, Poor Hedging Strategy, or Just Bad Luck?", Franklin R. Edwards and Michael S. Canter, Journal of Futures Markets, vol. 15, no. 3, 1994 o "Rethinking Risk Management", Rene Stulz, Journal of Applied Corporate Finance, vol. 9, no. 3, 1996 o "Financial Constraints, Competition, and Hedging in Industry Equilibrium", Tim Adam, Sudipto Dasgupta, and Sheridan Titman, Journal of Finance, vol 62, no. 5, October 2007

Mapa III - GESTÃO DE RECURSOS HUMANOS / HUMAN RESOURCES MANAGEMENT

3.2.1. Unidade curricular:

GESTÃO DE RECURSOS HUMANOS / HUMAN RESOURCES MANAGEMENT

3.2.2. Docente responsável (preencher o nome completo) e respetivas horas de contacto na unidade curricular:

Isabel Viegas - 18H

3.2.3. Outros docentes e respetivas horas de contacto na unidade curricular:

<sem resposta>

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

A. : • Compreender o papel da Gestão de Recursos Humanos como uma unidade para o sucesso da organização • Compreender o impacto das práticas de RH sobre as atitudes dos funcionários e desempenho • Compreender os desafios enfrentados pelos gestores em atrair, e gerir a retenção de talentos • avaliar a adequação entre a estratégia organizacional e práticas de recursos humanos B.: • as técnicas específicas para gestão de recursos humanos • Como

ser um Homem de negócios e um líder • como motivar e inspirar as pessoas a segui-lo e alcançar alta performances C: • Para comunicar • Para inspirar • Para confiar e para gerir confiança

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

A. Knowledge and Understanding: • Understand the role of Human Resources Management as a driving force to the success of the organization • Understand the impact of HR practices on employee attitudes and performance • Understand the challenges faced by managers in attracting, managing and retaining talent • Evaluate the fit between organizational strategy and human resource practices B. Subject-Specific Skills: • Specific techniques for human resource management • Know how to be a business and people oriented leader • How to motivate and inspire people to follow you and to achieve high performance C. General Skills: • To communicate • To inspire • To build trust and confidence

3.2.5. Conteúdos programáticos:

Gestão de Pessoas: Como obter alta performance e produtividade. Missão, Visão, Valores, Cultura, estratégia e objectivos do negócios. As vantagens da gestão por objectivos. Como alinhar expectativas pessoais com as necessidades do negócio, numa era de pessoas qualificadas. Ciclo de talento: identificar, gerir, desenvolver e avaliar como identificar e gerir pessoas e talento. Modelos de compensação e gestão de competências: Aprender os 4 pilares da recompensa total: salário e bónus, benefícios, carreira e Balanco profissional/pessoal. Ligar recompensa com resultados. O aumento do valor da compensação não-tangível. Gestão de Mudança Organizacional Novas formas de organização do trabalho. Ambiente nas organizações. Organizações colaborativas. Downsizing; fusões e aquisições, de um ponto de vista HR. Alterar as competências de gestão. Gerir globalmente. Medida para gerir: ter um bom tableau de board de HR, como definir/seleccionar indicadores para suportar decisões de HR

3.2.5. Syllabus:

People Management: How to obtain high performance and productivity. How to align People with: Mission, Vision, Values, Culture, Strategy and business' objectives. The advantages of managing by objectives. How to align personal expectations with business needs, in an era of qualified people. Talent Cycle: Identify, Manage, Develop and Evaluate How to identify and manage talented people. How to evaluate to motivate. Competences management models. Compensation: New trends Learn the 4 pillars of Total Reward: Salary and Bonus, Benefits, Career and Worklife Balance. How to link reward with results. The increased value of the non-tangible compensation. Deferred schemes. Managing Organizational Change New ways of organizing work. Flexible environments. Collaborative organizations. Downsizing processes, mergers and acquisitions, from an HR point of view. Change management skills. Managing globally. Measure to Manage: have a good HR Tableau de Bord How to define/select HR Indicators to support HR decisions

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

Os conteúdos estão estruturados para permitir aos alunos a melhor forma de adquirir os conhecimentos mais atuais na Gestão de Recursos Humanos. O programa tem também como preocupação fundamental fazer o link entre a Gestão de Recursos Humanos e a criação de valor pelas organizações. Em termos mais genéricos, todos os conteúdos visam atingir os objetivos ligados às competências genéricas • Comunicar, Inspirar e Gerar Confiança de modo mais específicos, os restantes módulos respondem aos objetivos de aprendizagem com a seguinte coerência e adequação: Módulo de Gestão Pessoal - produtividade e altos níveis de desenvolvimento. Como adequar as expectativas pessoais às necessidades da organização. A vantagem de gerir por objectivos. missão, Visão, Valores, Cultura e estratégia da empresa - como transmitir e garantir a assimilação pelos colaboradores. Como Identificar o talento. Como gerir e motivar colaboradores. Como inspirar e obter alta performance. Mecanismos de Compensação. Teoria dos 4 pilares - Salário e Bónus; Benefícios; Carreira e Equilíbrio entre a vida pessoal e a profissão. Compensações não tangíveis. gestão da mudança; Novas maneiras de Organização. Estruturas Flexíveis. Estruturas Colaborativas. Efeitos de Aquisições e Fusões e de Reestruturações na estrutura da empresa e relação com os colaboradores.

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

The structure of the contents allows students to acquire the latest knowledge in Human Resource Management. One of the fundamental concerns of the program is the link between Human Resource Management and the creation of value for organizations. In generic terms, all contents are intended to achieve the objectives linked to the "General Skills: • To communicate • To inspire • To build trust and confidence In a more specific way, the remaining modules meet the learning objectives with the following consistency and adequacy: People Management Module: How to Obtain high performance and productivity. The advantage of managing by objectives: Mission, Vision, Values, Culture, and companies' strategy – how to transmit and guarantee the assimilation by the employees. How to identify talent. How to manage and motivate employees. How to inspire and obtain high performance. Compensation mechanisms. Four pillar theory – Salaries, Bonus; Benefits; Equilibrium between career and personal life. Non-tangible compensations; Managing change; new organization processes; Flexible structures; collaborative structures; Effects of: Fusions and acquisitions, changes in the structure of the company and relationship with the employees.

3.2.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

*Uma variedade de métodos de ensino e aprendizagem é usado neste curso. Cada sessão tem aulas, discussões de casos por parte dos alunos, exercícios práticos e / ou "role play".
Avaliação: Trabalho individual 30% / Trabalho de grupo: 30% / Exame final: 40%*

3.2.7. Teaching methodologies (including assessment):

A variety of teaching and learning methods is used in this course. Every session has lectures, paper discussions by students, practical exercises and/or role play.

Assessment: Individual report: 30% / group reports: 30% / Mandatory final exam: 40%

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

O curso valoriza sobretudo o aprender, colocando aos alunos desafios cognitivos que os levem a refletir sobre os temas dos módulos e a fazer a transferência para a sua realidade prática profissional. Todas as metodologias indicadas (leituras, discussão de casos, exercícios práticos) são usadas em todos os módulos, com pesos de utilização diferentes conforme as matérias. A customização aos alunos e às suas necessidades, bem como aos seus objetivos de aprendizagem particulares, são tidos em conta na escolha das metodologias usadas.

3.2.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The course especially values the "learning by doing", placing students in all cognitive challenges modules that lead to reflect on the issues and then transfer to their professional practical reality. All the above methods (lectures, discussions paper by students, practical exercises and / or role play) are used in all modules with different weights as the use of materials. Customization students and their needs as well as to their particular learning objectives, are taken into account in the choice of methods used.

3.2.9. Bibliografia de consulta / existencia obrigatória:

Handbooks: (NHGW) Noe, R., Hollenberg, J., Gerhart, B. & Wright, P. (2012) "Human Resources Management: Gaining a Competitive Advantage", McGraw-Hill Other books: (GE) Gostick, A. and Elton, Chester (2012) "All In: How the best managers create a culture of belief and drive Big Results", Free Press (DN) David Novak (2013) "Taking People with you: The only way to make big things happen", Paperback Fowler, S. and Blanchard, K. (2009) "Leading at a Higher Level, Revised and Expanded Edition: Blanchard on Leadership and Creating High Performing", Hardcover

Mapa III - GESTÃO DE ABASTECIMENTOS / SUPPLY CHAIN MANAGEMENT

3.2.1. Unidade curricular:

GESTÃO DE ABASTECIMENTOS / SUPPLY CHAIN MANAGEMENT

3.2.2. Docente responsável (preencher o nome completo) e respetivas horas de contacto na unidade curricular:

Alper Nakkas - 18h

3.2.3. Outros docentes e respetivas horas de contacto na unidade curricular:

<sem resposta>

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

Conhecimento e compreensão: Analisar e discutir casos de estudo para desenvolver a a estrutura base de aspectos fundamentais e soluções que promovam as suas próprias idéias. A abordagem metodológica considera as perspectivas estratégicas e operacionais, destacando a discussão das melhores opções a nível de estratégias de gestão operacional, modelagem de processos e implementação. Embora o desenvolvimento de ferramentas analíticas não seja o objetivo primário do curso, os alunos devem sentir-se confortáveis com a análise quantitativa. Competências Específicas: Aumentar a sua capacidade de usar ferramentas analíticas e estruturas conceituais para tomar decisões em contextos de cadeia de distribuição, bem como uma melhor compreensão das principais questões estratégicas e trade-offs que surgem no gerenciamento das mesmas. Habilidades Gerais: Aplicar os conceitos de gestão da cadeia de suprimentos para analisar situações de negócios e tomar decisões úteis.

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

Knowledge and Understanding: Be able to analyze and discuss case studies to develop a baseline structure of key aspects and solutions to promote complementary approaches to their own ideas. The methodology approach considers strategic and operational perspectives, highlighting the discussion of the best operational management strategic options, processes modeling and implementation. Although the development of analytical tools is not the primary objective of the course, students should be comfortable with quantitative analysis. Subject-Specific Skills: Ability to use analytical tools and conceptual frameworks to make decisions in supply chain contexts as well as a better understanding of the major strategic issues and trade-offs that arise in supply chain management. General Skills: Be able to apply the concepts of supply chain management to analyze business situations and make useful decisions, use critical thinking skills to effectively apply the tools of supply chain management,

3.2.5. Conteúdos programáticos:

Temas que são abordados ao longo do curso: Introdução aos Canais de Fornecimento e Distribuição. Vantagem Competitiva. Gestão de stocks para produtos com ciclo de vida curto. Alinhamento de Incentivo na Cadeia de Abastecimento - Contratos (Caso: Hamptonshire Express, HBS) Colaboração na cadeia de abastecimento (Caso: Barilla, HBS) Operacional Hedging Gestão da Capacidade Estratégias Globais: Uso de Hedging Operacional (caso: Seagate Technologies, Kellogg) Models B2C em Internet Retailing: Loja on-line, não in-line (Processo: Peapod Case, Kellogg)

3.2.5. Syllabus:

Topics that are covered throughout the course: Introduction Retail Supply Chains-Competitive Advantage Retail Supply Chains-Disruptive Technologies (Case: Marks Spencer and Zara, INSEAD) Inventory Management for Products with Short Life Cycle (The Newsvendor Model) Incentive Alignment in the Supply Chain – Contracts (Case: Hamptonshire Express, HBS) Supply Chain Collaboration (Case: Barilla, HBS) Operational Hedging Strategies Global Capacity Management: Use of Operational Hedging (Case: Seagate Technologies, Kellogg) B2C Models in Internet Retailing: Shop online, not inline (Case: Peapod Case, Kellogg)

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

O programa é organizado permitindo um desenvolvimento gradual das competências dos alunos. Inicialmente são explorados alguns tópicos preliminares relacionados com o curso, e é explicado o papel da unidade curricular. Em seguida, todos os temas do programa de ensino são ilustrados com exemplos claros e são também analisados problemas específicos em sala de aula para reforçar o entendimento das matérias.

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

The syllabus is organized allowing a gradual development of students' skills. Initially some preliminary topics related to the course are explored, explaining the role of the curricular unit on the context of the course. Then, all the topics of the teaching program are illustrated with clear examples and are also available application problems / work to perform in the context of class.

3.2.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

As aulas são a forma predominante de apresentação, complementadas pela discussão de casos de estudos, exercícios em aula e / ou discussão de projectos. A aprendizagem em sala de aula é baseada na interacção entre os membros da turma. Para facilitar a aprendizagem é fundamental a preparação do caso em análise e participação activa na discussão. Todos os membros da equipa tem de avaliar os seus colegas de trabalho e é esperado que oiçam as avaliações, dando também feedback e sugestões. Trabalho de Grupo (15%), Participação (15%), Exame Intermédio (40%), Projecto Final (30%)

3.2.7. Teaching methodologies (including assessment):

Two classes per week of 1h30m. Lectures are the predominant form of presentation and complemented by discussion of case studies, in-class exercises and / or projects discussion. The learning in the classroom is based on interaction among class members (including the instructor). Preparation for each case and project analysis and active participation in class discussion is critical when the students are to learn from each other (individuals and/or teams, depending on the number of students) to facilitate learning, particularly for the case analysis and projects and case studies discussion. All team members are expected to evaluate and to listen to the evaluation of their teammates and give feedback and suggestions to teammates on their work, as well. 45% of a student's grade is based on group work and 55% is based on individual work. In particular: Written Cases (group work) 15% Class Participation (individual) 15% Mid-term Exam (individual) 40% Final Project (group) 30%

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

A metodologia de ensino permite que os alunos adquiram um sólido conhecimento teórico ou prático. As aulas teóricas têm como objectivo apresentar os conceitos fundamentais, proporcionando a criação de uma base de conhecimento para posterior aplicação transversal em diferentes áreas. A capacidade para a utilização dos conceitos adquiridos pode permitir o desenvolvimento de competências básicas, úteis em actividades académicas e profissionais. Os casos discutidos relacionam os fundamentos teóricos com as questões práticas. Nas discussões dos casos, os alunos enfrentam problemas concretos que representam os trade-offs fundamentais nas questões da vida real e que são relevantes para o conhecimento da gestão de fornecimento em cadeia. Além disso, a discussão da matéria é estimulada nos grupos de trabalho, bem como a apresentação de soluções alternativas para os problemas.

3.2.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The teaching methodology allows the students to acquire a solid knowledge of either theoretical or practical applications. The theoretical lectures aim to present the fundamentals of the subjects, providing the creation of a based knowledge for further transversal application at different areas. The ability for the use of the acquired concepts may allow the development of basic competences useful in academic and professional activities. The cases discussed relates the theoretical fundamentals with the practical issues. In the case discussions, the students face with concrete problems that represents the fundamental trade-offs in the supply chain management relevant real life issues. Also, the discussion of matters is stimulated in the workgroups, as well as the presentation of alternative solutions for the problems.

3.2.9. Bibliografia de consulta / existencia obrigatória:

Cases covered throughout the course: • Marks Spencer and Zara, INSEAD case • Barilla SpA (A), HBS case • Hamptonshire Express, HBS case • Seagate Technologies: Operational Hedging, Kellogg case • Peapod Case, Kellogg case Suggested readings for the course: 1. Textbook or Reference Book: Designing and Managing the Supply chain: Concepts, Strategies, and Cases by David Simchi-Levi and Philip Kaminsky. 2. The Resilient Enterprise: Overcoming Vulnerability for Competitive Advantage by Yossi Sheffi 3. Clockspeed: Winning Industry Control in the Age of Temporary Advantage by Charles H. Fine. 4. The Machine That Changed the World by James P. Womack, Daniel T. Jones, and Daniel Roos. 5. Store Wars: The Battle for Mindspace and Shelfspace by Judith Corstjens and Marcel

Corstjens 6. Winning At Retail: Developing a Sustained Model for Retail Success by Willard N. Jr. Ander and Neil Z. Stern 7. The World Is Flat: A Brief History of the Twenty-first Century by Thomas L. Friedman.

Mapa III - REESTRUTURAÇÃO SOCIETÁRIA / CORPORATE RESTRUCTURING

3.2.1. Unidade curricular:

REESTRUTURAÇÃO SOCIETÁRIA / CORPORATE RESTRUCTURING

3.2.2. Docente responsável (preencher o nome completo) e respetivas horas de contacto na unidade curricular:

Paulo Soares de Pinho - 18h

3.2.3. Outros docentes e respetivas horas de contacto na unidade curricular:

<sem resposta>

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

Ao concluir este curso, o aluno deverá ser capaz de: A. Conhecer e entender: Avaliação da empresa, Análise de fusões e aquisições, Análise de desinvestimentos e desagregação de empresas, As vantagens e riscos de reorganizações, incluindo aquisições alavancadas, Processo e economia da reestruturação da dívida, reestruturação da falência, o papel desempenhado pelos bancos de investimento em finanças corporativas, questões da gestão da empresa em situações de reestruturação. B. Competências Específicas: Valorização de empresas privadas, medição da criação de valor nas fusões, aquisições, desinvestimentos, valorização de alternativas de reestruturação, Análise de alternativas de reestruturação para empresas em falência. C. Habilidades Gerais: Habilidades de apresentação, Análise de empresas e indústrias, Negociação.

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

On completion of this course a student should be able to: A. Knowledge and Understanding: Corporate valuation, Analysis of mergers and acquisitions, Analysis of corporate de-mergers and divestments, The advantages and risks of leveraged reorganizations including buyouts, The process and economics of debt restructuring, Bankruptcy restructuring, The role played by investment banks in corporate finance, Corporate Governance issues in restructuring situations. B. Subject-Specific Skills: Valuing private companies, measuring value creation in mergers, acquisitions, divestitures, valuing alternative restructuring alternatives, Analyzing restructuring alternatives for companies under bankruptcy. C. General Skills: Presentation skills, Analysis of companies and industries, Negotiation.

3.2.5. Conteúdos programáticos:

1. Avaliação das Sociedades 2. Fusões e Aquisições 3. nacionalização e privatização 4. reestruturações e aquisições alavancadas 5. Desinvestimentos corporativas 6. Falência

3.2.5. Syllabus:

1. Corporate Valuation 2. Mergers and Acquisitions 3. Raising Capital and Going Public 4. Leveraged restructurings and Buyouts 5. Corporate Divestments 6. Bankruptcy

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

Os conteúdos programáticos correspondem às matérias teóricas indispensáveis ao desenvolvimento das competências que se pretende que os alunos venham a adquirir, conforme se pode aferir pela comparação do syllabus com os objectivos de aprendizagem. Nessa matéria, aliás, o curso segue as matérias habitualmente cobertas em cursos de tipo em escolas de gestão internacionais de topo.

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

The syllabus contents correspond to the theoretical subjects that are indispensable for the development of the competences that the students are expected to acquire, as can be verified by comparing the syllabus with the learning objectives. Moreover, the course follows the subjects usually covered in these type of courses in top international management schools.

3.2.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Este curso combina palestras teóricas com exercícios práticos e discussão de casos de estudos reais. A nota final basear-se-á no seguinte: Relatórios de grupo sobre 2 casos de estudos 35%, apresentações de casos de estudo e participação na aula: 25% Exame individual sobre caso de estudo: 40%

3.2.7. Teaching methodologies (including assessment):

This course combines theoretical lectures with practical exercises and discussion of real-life case-studies. Students' final grade will be based on the following: Group reports on 2 case-studies 35%, Case-study presentations and class participation: 25% Individual Exam on case-study: 40%

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

Em matérias onde é essencial a aquisição de conhecimentos teóricos para sua imediata aplicação prática a casos concretos consideramos essencial a combinação de aulas teóricas com a utilização de case-studies A aquisição de competências fica depois reforçada com a necessidade de os alunos trabalharem essas matérias na resolução em grupo e posterior discussão em aula de case-studies reais sobre essas matérias.

3.2.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

In matters where it is essential to acquire theoretical knowledge for its immediate application to concrete cases, we consider essential, the combination of theoretical classes with the use of case studies. The acquisition of competences is then reinforced with, group work and later a class discussion of real case studies involving these subjects.

3.2.9. Bibliografia de consulta / existencia obrigatória:

DePamphilis, Donald "Mergers, acquisitions, and other restructuring activities", 8th ed, Academic Press, 2015.

Rosenbaum, Joshua and Pearl, Joshua "Investment Banking: Valuation, Leveraged Buyouts and Mergers and Acquisitions", 2nd edition, Wiley Finance, 2013.

Gaughan, Patrick A. "Mergers, acquisitions and corporate restructurings" 6th edition, John Wiley & Sons, 2015

Mapa III - GESTÃO CORPORATIVA / CORPORATE GOVERNANCE

3.2.1. Unidade curricular:

GESTÃO CORPORATIVA / CORPORATE GOVERNANCE

3.2.2. Docente responsável (preencher o nome completo) e respetivas horas de contacto na unidade curricular:

Duarte Pitta Ferraz (18h)

3.2.3. Outros docentes e respetivas horas de contacto na unidade curricular:

<sem resposta>

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

A) Compreender as diversas teorias de gestão de empresas; Apreciar os processos de gestão de empresas em todo o mundo; Rever a regulação sobre gestão de empresas; Compreender as principais estruturas de gestão de empresas e os papéis dos vários órgãos de gestão em uma organização; Analisar os papéis dos membros do conselho, relacionados ao desempenho, conformidade e controle de riscos; Rever e discutir as expectativas de outras partes interessadas (para além dos acionistas), tais como detentores de obrigações ou trabalhadores, e em relação à gestão; Reconhecer as questões que influenciam a gestão de empresas, incluindo a gestão de riscos estratégicos, responsabilidade social corporativa. B) Entender a regulamentação e códigos de gestão de empresas, e como as empresas obedecem aos mesmos; Identificar e compreender os documentos relacionados com a gestão de empresas; Recolher as principais fontes de informação sobre boas práticas de gestão empresarial, C) Compreensão teórica e conceitos,

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

A) Understand various theories of corporate Governance; Appreciate corporate governance processes around the world; Review corporate governance regulation major international benchmarks; Understand corporate governance major structures and the roles of several governance bodies in an organization; Analyze the board's roles, related to performance, conformance and risk control; Review and discuss the expectations of other stakeholders (than shareholders), such as bond holders or workers, towards governance; Recognize the issues that are influencing corporate governance, including strategic risk management, corporate social responsibility, sustainability and business ethics. B) Understand corporate governance regulation and codes, and how companies comply with them; Identify and understand corporate governance related documents; Collect major sources of information on corporate governance. C) Understanding theory and concepts, testing, and application to concrete cases;

3.2.5. Conteúdos programáticos:

1. Definição de gestão de empresas e principais modelos teóricos, 2. Controle de empresas em todo o mundo. 3. Controle versus propriedade. 4. Regulação da gestão de empresas em contexto internacional. 5. Incentivar e disciplinar os gestores. 6. Responsabilidade social da empresa a e investimento socialmente responsável. 7. Detentores da dívida. 8. Direitos dos empregados e voz entre empresas. 9. Sistemas de gestão. 10. O papel dos "gatekeepers". 11. Gestão de empresas nos IPOs.

3.2.5. Syllabus:

1. Defining corporate governance and key theoretical models, 2. Corporate control across the world. 3. Control versus ownership. 4. Corporate governance regulation in an international context. 5. Incentivizing and disciplining managers. 6. Corporate social responsibility and socially responsible investment. 7. Debt holders. 8. Employee rights and voice across corporate. 9. Governance systems. 10. The role of gatekeepers. 11. Corporate governance in IPOs

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

Para todos e cada um dos objectivos de aprendizagem foram definidos os conteúdos programáticos adequados, incluindo os princípios teóricos, análises empíricas e estudo e discussão de casos. Assim, e a título de exemplo, o objectivo de aprendizagem “conhecer os principais códigos e sistemas regulatórios, e a sua aplicabilidade às empresas”, foi definido um conteúdo programático “4. A regulação do governo das sociedades num contexto internacional”. Exemplo adicional, relativamente ao objectivo de aprendizagem “Compreender os principais órgãos de governo corporativo e as suas funções” foi definido o conteúdo programático “2. O controlo societário no mundo ” e 3. Controlo versus propriedade”, e foram discutidos em aula vários exemplos de empresas com diferentes estruturas de governo e de propriedade.

3.2.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit’s intended learning outcomes:

For each and every one of the learning objectives the appropriate program contents was defined, including theoretical principals, empirical analysis, case studies and discussions. As an additional example, the learning objective "to know the main codes, regulatory systems, and its applicability to companies", a program content was defined "4. The regulation of corporate governance in an international context". Example 2: "Understanding the main corporate governance bodies and their functions". Corporate control in the world "3. Control versus ownership", and we will discuss several examples of companies with different governance and ownership structures.

3.2.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Metodologia de ensino vai incluir avaliação académica dos principais conceitos e metodologias, estudos de caso, artigos de imprensa e sessões com oradores convidados para examinar o processo ao nível da administração e outras questões de governance.

Avaliação: Assiduidade, discussão de casos e apresentações (40%), Exame Final (60%)

3.2.7. Teaching methodologies (including assessment):

Teaching methodology will include academic review of main concepts and methodologies, case studies, press articles and guest-speaker sessions to examine the board process and further governance issues. Students will be assed based on the following criteria: Class attendance, class discussions and presentations - 40%; Final exam - 60%

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

Os resultados de aprendizagem são alcançados através de uma combinação de formação teórica, avaliação de evidência empírica, ea discussão de estudos de caso. A discussão de estudos de caso irá proporcionar aos alunos oportunidade para partilhar suas experiências e pontos de vista. Os oradores convidados também irá contribuir para um conhecimento mais amplo e tendo em consideração o ponto de vista de quem exerce.

3.2.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit’s intended learning outcomes:

Learning outcomes are achieved through a combination of theoretical background, review of empirical evidence, and the discussion of case studies. The discussion of case studies will provide the opportunity for students to share their experiences and points of view. Guest speakers will also contribute to a wider knowledge and approach from a practitioners point of view.

3.2.9. Bibliografia de consulta / existencia obrigatória:

1) GOERGEN, MARC (2012), “INTERNATIONAL CORPORATE GOVERNANCE”, PEARSON 2) MINOW, NELL AND ROBERT MONKS, (2011)“CORPORATE GOVERNANCE”, WILEY 3) TRICKER, BOB, (2015), “CORPORATE GOVERNANCE, PRINCIPLES, POLICIES AND PRACTICES”, OXFORD

Mapa III - MACROECONOMIA E MERCADOS FINANCEIROS / MACROECONOMICS AND FINANCIAL MARKETS**3.2.1. Unidade curricular:**

MACROECONOMIA E MERCADOS FINANCEIROS / MACROECONOMICS AND FINANCIAL MARKETS

3.2.2. Docente responsável (preencher o nome completo) e respetivas horas de contacto na unidade curricular:

André Castro Silva - 18h

3.2.3. Outros docentes e respetivas horas de contacto na unidade curricular:**3.2.4. Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):**

Ao concluir este curso, o aluno deverá ser capaz de: A. Conhecer e Entender: Entender o significado prático das variáveis macroeconômicas para as decisões de negócios. Conhecer a evolução do PIB através do tempo e dos vários países e usar esse conhecimento para avaliar mudanças econômicas. Compreender os principais “triggers” das crises financeiras. B. Competências Específicas: Saber como o investimento, consumo e PIB variam ao longo dos anos e se como se inter-relacionam. Compreender os efeitos das políticas governamentais sobre a economia e a lógica que está por trás dos mesmos. Compreender a relação entre política monetária, défice governamental e crises financeiras. C. Skills Gerais: Debater problemas na economia. Identificar e utilizar boas bases/fontes de dados.

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

On completion of this course a student should be able to: A. Knowledge and Understanding: Understand the practical meaning of macroeconomic variables for business decisions. Know the evolution of GDP through time and across countries and use this knowledge to evaluate economic changes. Understand the main triggers of financial crises. B. Subject-Specific Skills: Know how investment, consumption and GDP vary over time and relate with each other. Understand the logic behind the effects of government policies on the economy. Understand the link between monetary policy, government deficits, and financial crises. C. General Skills: Discuss problems in economics. Identify and use good sources of data.

3.2.5. Conteúdos programáticos:

1. variáveis macroeconómicas O que significa as variáveis macroeconómicas? Para que países exportam e importam? São problemáticos os défices comerciais? Existe um nível óptimo de poupança? 2. Como explicar flutuações de activos? 3. Taxas de Juros A curva de rendimento como um dos principais indicadores. 4. Política Monetária política fiscal e inflação; Inflação das crises de dívida e os défices orçamentais do governo. 5. crises financeiras - como entender a crise de 2008. 6. A Grande Depressão e o Dinheiro . Quanto tempo para recuperar?. Relação entre a grande Depressão e a crise actual.

3.2.5. Syllabus:

1. Macroeconomic Variables What do the macroeconomic variables mean? Why do countries export and import? Are trade deficits bad? Is there an optimal level of savings? 2. Asset Pricing How to explain fluctuations in asset prices? 3. Interest Rates The yield curve as a leading indicator. 4. Monetary Policy Fiscal Policy and Inflation Inflation debt crises and government budget deficits. 5. Financial Crises How to understand the crisis of 2008. 6. The Great Depression Money and the great depression. The long time to recovery. Relation with the current crisis.

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

Os conteúdos programáticos contêm os tópicos mais relevantes sobre macroeconomia para o conhecimento de gestores. Os assuntos cobrem tópicos atuais com aplicações práticas, dentro das áreas mais importantes em macroeconomia. Isso pode ser visto ao se comparar o syllabus com os objetivos de aprendizagem. Neste sentido, acrescenta-se, o curso segue os tópicos habitualmente cobertos em cursos análogos em escolas de gestão internacionais de topo.

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

The program contains the most relevant topics on macroeconomics that are important for managers. The subjects cover the most important areas in macroeconomics with practical applications. This can be seen in the learning objectives throughout the program. In this sense, the course follows the topics that are usually covered in the field and analyzed in top management schools.

3.2.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

METODOLOGIA - As aulas incluem discussões em classe e da exposição de temas. Espera-se que os alunos leiam e discutam o caso atribuído aos grupos antes da aula. A nota do curso será baseado em trabalhos de grupo de discussão em classe e um exame. AVALIAÇÃO Participação na aula: 20%. Trabalhos de grupo (Relatórios Económicos): 30%. Exame final: 50%.

3.2.7. Teaching methodologies (including assessment):

METHODOLOGY - the classes include class discussion and the presentation of topics. It is expected that the students read and discuss the assigned material in groups before class. The grade of the course will be based on class discussion group assignments and an exam. A sign that a student has good participation in class is that the participation of the student brings new questions or changes the direction of the discussion. ASSESSMENT Class participation: 20%. Group assignments (Economic Reports): 30%. Final exam: 50%.

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

A metodologia de ensino combina o debate na sala de aula e os trabalhos escritos em equipa e trabalhos individuais. O foco é o uso do suporte discutido em aula para a resolução de problemas. Principalmente, para o uso do conhecimento de macroeconomia para a previsão e para a tomada de decisão. Estas são habilidades fundamentais para gestores.

3.2.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The teaching methodology combines classroom debates and written assignments, both individual and in groups. The main focus will be the support discussed in the classroom aimed towards problem solving. It can also be used in Macroeconomics to reach decisions and to make forecasts. These skills are fundamental to managers.

3.2.9. Bibliografia de consulta / existencia obrigatória:

Some books related to the course are the following: . Bodie Zvi Alex Kane and Alan J Marcus (2010). Investments. . Cochrane John (2005). Asset Pricing Revised Ed. Princeton: Princeton University Press. List of articles for discussion in class. Other articles are indicated in the portal. - Macroeconomic Variables . Landefeld J. S. Eugene P. Seskin and Barbara M. Fraumeni (2008). "Taking the Pulse of the Economy: Measuring GDP." Journal of Economic Perspectives

22: 193-216. . Wirtz Ronald A. (2002). "Gross Domestic Product: Understanding News from Noise." *The Region* 16(2): 6-15
 June 2002. - *Asset Pricing and Interest Rates* . Estrella Arturo and Mary R. Trubin (2006). "The Yield Curve as a Leading Indicator: Some Practical Issues." *Current Issues in Economics and Finance* FED New York. . Fama Eugene (2007). Interview. *The Region* December 2007. - *Monetary Policy Fiscal Policy and Inflation* . Bernanke Ben S. (2004). Interview. *The Region* June 2004.

Mapa III - MARKETING / MARKETING MANAGEMENT

3.2.1. Unidade curricular:

MARKETING / MARKETING MANAGEMENT

3.2.2. Docente responsável (preencher o nome completo) e respetivas horas de contacto na unidade curricular:

João Borges de Assunção- 27h

3.2.3. Outros docentes e respetivas horas de contacto na unidade curricular:

Jorge Velosa - 27h

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

A.: • Capacidade de definir e analisar problemas típicos enfrentados pelos gestores de marketing. • Conhecimento e compreensão de uma variedade de conceitos básicos de gestão de marketing. • Compreensão de práticas de marketing adequadas e inadequadas. B.: • Capacidade de analisar o cliente e comportamentos competitivos • Capacidade de aplicar em marketing um conjunto de métodos e técnicas quantitativas avançadas. • Executar uma análise aprofundada dos casos de marketing e fornecer um conjunto de recomendações abrangentes e consistentes. • Capacidade de fazer trade-offs em diferentes.C.: • Capacidade de expressar e defender as decisões de marketing oralmente e por escrito. • Proporcionar aos alunos a experiência de trabalhar dentro de um grupo na análise de problemas de marketing complexos.

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

A. Knowledge and Understanding: • Ability to define and analyze typical problems faced by marketing managers. • Knowledge and understanding of a variety of basic concepts of marketing management. • Clear understanding of appropriate and inappropriate marketing practices. B. Subject-Specific Skills: • Ability to analyze customers and competitive behavior. • Ability to apply a set of advanced quantitative methods and techniques in marketing. • Perform an in-depth analysis of marketing cases and provide a set of comprehensive and consistent recommendations. • Ability to trade-off marketing goals at different time frames. C. General Skills: • To refine your ability to express and defend marketing decisions orally and in writing. • To provide the students with the experience of working within a group when analyzing compelling and complex marketing problems

3.2.5. Conteúdos programáticos:

Temas gerais abordados no curso: Comportamento do Consumidor.Segmentação e posicionamento. Análise Empresarial Modelos (SWOT) Estratégia de Negócios. Concorrência; Pesquisa de Marketing; Estratégia de Preços. Ciclos de Vida do Produto; Estratégia de distribuição; Gestão da Marca; Ciclo e Canal Gestão Integrada de Marketing Comunicação de Marketing Global; Marketing de Ética de Marketing em tempo de crises

3.2.5. Syllabus:

General topics covered in the course: Consumer Behavior Segmentation Targeting Positioning Company Analysis (SWOT) Strategy Business Models CRM Competition Marketing Research Pricing Strategy New products Product Life Cycle Brand Management Distribution Strategy and Channel Management Integrated Marketing Communication Global Marketing Marketing Ethics Marketing in Downturns

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

O curso abrange um vasto número de tópicos de marketing que são relevantes para gestores de marketing e outros gestores funcionais. O foco está na compreensão da prática de marketing e desenvolvimento de ferramentas analíticas, em vez de tecnologias específicas. Além disso os alunos estudam os problemas de comercialização através das lentes da ética, globalização, tecnologia e ciclos de negócios.

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

The course covers a wide aspect of intermediate level marketing topics that are relevant to marketing managers, other functional managers and general management. The focus is on understanding marketing practice and the development analytical tools rather than specific technologies. Moreover students study marketing problems through the lenses of ethics, globalization, technology and business cycles.

3.2.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Método do caso. Discussões em classe. Aulas. Os exercícios em aula: i) simulação de computador - jogo posicionamento e ii) caso processo de vendas. Orador convidado na estratégia de publicidade. Trabalhos na aula (25%); Participação na aula (15%); Projetos de Grupo (25%); Exame (35%)

3.2.7. Teaching methodologies (including assessment):

*Case method. Class discussions. Lectures. In-class exercises: i) computer simulation - positioning game and ii) sales process case. Guest speaker on advertising strategy.
Class Assignments (25%); Class Participation (15%); Group Project (25%); Exam (35%)*

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

Grupos de 3 ou 4 alunos elaboram e apresentam por escrito um plano de marketing. Os alunos fazem pesquisa de conteúdo de marketing que seja original no contexto do plano de marketing. Os alunos elaboram 2 relatórios escritos. Há um exame final para comprovar a proficiência em capacidades analíticas, bem como a compreensão mais profunda de temas e ferramentas gerais do marketing.

3.2.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

In groups of 3 or 4 students elaborate and present a written marketing plan. Students do original marketing research in the context of the marketing plan. Students turn in two written case write-ups. There is a final exam that show proficiency in analytic and managerial skills as well deeper understanding of general marketing topics and tools.

3.2.9. Bibliografia de consulta / existencia obrigatória:

Textbook: Phillip Kotler and Kevin Keller, Marketing Management, Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall 1. Note on Low Tech Marketing Math (HBSP 599011-PDF-ENG) 2. Framework for Marketing Strategy Formation (HBSP 8153-PDF-ENG) 3. Marketing Myopia (HBSP R0407L-PDF-ENG) 4. Creating Customer Value (HBSP 8176-PDF-ENG) 5. Consumer Behavior and the Buying Process (HBSP 8167-PDF-ENG) 6. Market Size and Market Share Analysis (HBSP 510081-PDF-ENG) 7. Marketing Research (HBSP 592013-PDF-ENG) 8. Segmentation and Targeting (HBSP 8219-PDF-ENG) 9. Brand Positioning (HBSP 8197-HTM-ENG) 10. Pricing Strategy (HBSP 8203-PDF-ENG) 11. Developing and Managing Channels of Distribution (HBSP 8149-PDF-ENG) Marketing Cases

Mapa III - INOVAÇÃO FINANCEIRA / FINANCIAL INNOVATION**3.2.1. Unidade curricular:**

INOVAÇÃO FINANCEIRA / FINANCIAL INNOVATION

3.2.2. Docente responsável (preencher o nome completo) e respetivas horas de contacto na unidade curricular:

José Filipe Corrêa Guedes - 18h

3.2.3. Outros docentes e respetivas horas de contacto na unidade curricular:

<sem resposta>

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

O objectivo principal do curso é expor os alunos às inovações financeiras recentes com recurso a casos de estudo.

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

The main objective of the course is to expose students to the recent financial innovations through the examination of case studies.

3.2.5. Conteúdos programáticos:

As aulas são baseadas em casos que se irão debruçar por diversos temas, tais como:

- Crise desencadeada pelo "subprime";*
- Fundos de Cobertura;*
- Fundos de Investimento Negociados em Bolsa;*
- Obrigações Catastróficas;*
- Risco de crédito e "Swaps" de risco de incumprimento;*
- Financiamento de Projectos*
- Estrutura de Produtos e Financiamento corporativo;*

3.2.5. Syllabus:

Classes are based on cases that address various topics, such as:

- Top Subprime Crisis;*
- Hedge Funds;*
- Exchange-traded Funds;*
- Catastrophe Bonds;*
- Credit Default Swaps and Credit Risk;*
- Project Finance;*
- Structures Products and Corporate Financing.*

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

Os tópicos cobertos na disciplina – descritos nos conteúdos programáticos – ilustram algumas das principais inovações financeiras ocorridas nos últimos 30 anos, no que diz respeito a activos e mercados financeiros, estratégias de investimento e soluções de financiamento empresarial. Através da análise de casos, os alunos são expostos tanto a inovações que vingaram como a inovações que falharam, procurando compreender os determinantes do sucedido em cada um dos casos e, a partir daí, deduzir padrões generalistas relativos aos factores de sucesso e de insucesso das inovações financeiras.

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

The topics covered in the course – described in the syllabus – illustrate some of the main financial innovations occurred over the past 30 years, comprehending securities and capital markets, investment strategies and corporate financial solutions. Through case study discussions, students are exposed to successful and unsuccessful innovations, seeking to find, in each individual case, the determinants of the ultimate outcome and, from there, infer general patterns regarding the factors of success and failure of financial innovations.

3.2.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Para cada aula, existe a discussão de um caso. O caso é distribuído aos alunos, juntamente com perguntas para a discussão da aula. Os métodos de avaliação são: Discussão de casos e Discussão de casos e participação na aula (25%); Projecto de Grupo (25%); Exame final (50%).

3.2.7. Teaching methodologies (including assessment):

For each class, the study of a case is assigned for discussion. The case studies are distributed to students along with questions for class discussion. The assessment methods are: Class discussion and participation (25%); Group Project (25%); Final Exam (50%).

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

A combinação de aulas de discussão de casos e a elaboração de relatórios detalhados e aprofundados dos casos discutidos em aula permite atingir os objectivos de aprendizagem.

3.2.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The combination of case discussions and the development of detailed and thorough written reports of the cases discussed in the course is consonant with the course's intended learning outcomes.

3.2.9. Bibliografia de consulta / existencia obrigatória:

n.a.

Mapa III - PROCESSOS E OPERAÇÕES / PROCESSES AND OPERATIONS MANAGEMENT

3.2.1. Unidade curricular:

PROCESSOS E OPERAÇÕES / PROCESSES AND OPERATIONS MANAGEMENT

3.2.2. Docente responsável (preencher o nome completo) e respetivas horas de contacto na unidade curricular:

Pedro Oliveira -27H

3.2.3. Outros docentes e respetivas horas de contacto na unidade curricular:

Francisco Veloso - 27H

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

Conhecimento e compreensão: O aluno deve compreender os compromissos envolvidos na concepção e implementação de diferentes tipos de sistemas de produção / operações em termos de características-chave, tarefas de gestão, organização, controlo, e o impacto na estratégia e direcção da empresa. O aluno deve compreender as questões estratégicas de gestão de produção/ operações e sua relação com as demais áreas funcionais da empresa. Competências Específicas: O aluno deve desenvolver uma competência básica das ferramentas e técnicas utilizadas pelos profissionais de operações na gestão de operações e definição de políticas operacionais. O aluno deve desenvolver uma compreensão dos pontos fortes e fracos da gestão de operações no ambiente doméstico tradicional em comparação com ambientes de produção em outros países ao redor do globo. Capacidades Gerais: Após a conclusão deste curso, cada aluno terá demonstrado a sua capacidade de articular questões operacionais e aplicar as técnicas estudadas

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

On completion of this course a student should be able to:
Knowledge and Understanding: *The student should understand the tradeoffs involved in designing and implementing different types of production/operations systems in terms of key characteristics, management tasks, organization and control and their impact on the strategy and direction of the firm. The student should understand the strategic production/operations management issues and their relationship to the other functional areas of the firm. Subject-*

Specific Skills: The student should develop a basic competence with the tools and techniques used by operations professionals in managing operations and setting operations policy. The student should develop an understanding of the strengths and weaknesses of operations management in the traditional domestic setting compared to production environments in other countries around the globe.

3.2.5. Conteúdos programáticos:

O conteúdo da unidade é composto por cinco partes principais:

- 1 - *Introdução: Processos, Operações, Estratégias e Concorrência;*
- 2 - *Desenho, Análise e Gestão dos Projectos;*
- 3 - *Gestão do Aprovisionamento e “The Beer Game”;*
- 4 - *Gestão de Qualidade e Controle Estatístico do Processo;*
- 5 - *Inovação e Desenvolvimento de Produtos novos - Implicações para as operações.*

3.2.5. Syllabus:

The contents of the course consists of five parts:

- 1 - *Introduction: Processes, Operations, Strategies and Competition;*
- 2 - *Design, Analysis and Management of Projects;*
- 3 - *Supply Chain Management and “The Beer Game”;*
- 4 - *Quality Management and Statistical Process Control;*
- 5 - *Innovation and New Product Development - Implications for operations.*

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

Os conteúdos programáticos da cadeira incluem a maioria de tópicos típicos de uma disciplina de MBA na áreas das operações, os quais estão completamente alinhados com os objetivos de aprendizagem da disciplina em termos de A. Conhecimento e compreensão; B. Competências Específicas e C. Capacidades Gerais.

3.2.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit’s intended learning outcomes:

The syllabus contents of the course include the most typical topics of an MBA discipline in the areas of operations, which are fully aligned with the subject’s learning objectives in terms of A. Knowledge and understanding; B. Specific Skills and C. General Skills.

3.2.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

A disciplina inclui um conjunto variado de abordagens de ensino. As palestras serão a forma predominante de ensino e serão complementadas por discussão de casos e exercícios práticos a resolver na aula. É esperado que os alunos estejam preparados para participarem na aula que previligiará uma partilha intensa de conhecimentos entre os alunos e o docente. A cadeira também beneficiará da participação de um convidado (guest speaker) que visitará uma aula para partilhar a sua experiência a gerir operações. .

A nota final é baseada num exame final, uma simulação (com 2 partes, 8% para a primeira parte e 12% para a segunda), trabalho para casa (dois conjuntos de problemas), participação na aula: Nota Final= 40% Exame + 20% Simulação + 20% Trabalho de casa + 20% Participação na aula

3.2.7. Teaching methodologies (including assessment):

This course will include a set of different teaching approaches. Lectures will be the predominant form of presentation and will be complemented by discussion of case studies and in-class exercises. A full interchange between the instructor and the student is expected. The course will also benefit from a guest lecturer who will visit the class to share their experience in managing operations.

The final grade is based on a final exam, a simulation project (with two parts, 8% part#1 and 12% part#2), homework (with two problem sets), and class participation: Final grade = 40% Exam + 20% Simulation + 20% Homework + 20% Class Participation

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

A metodologia de ensino usada é a que melhor responde aos objetivos de aprendizagem. Enquanto as palestras permitem partilhar conhecimentos teóricos na área de operações enquanto que o conjunto de exercícios permite validar esses conhecimentos. Por outro lado os casos de estudo e o convidado dão uma perspectiva da prática das operações nas empresas..

3.2.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit’s intended learning outcomes:

The teaching methodology used is the one that best meets the learning objectives. While the parliaments allow to share theoretical knowledge in the area of operations while the set of exercises allows validating this knowledge. On the other hand the case studies and the guest give a perspective of the practice of the operations in the companies.

3.2.9. Bibliografia de consulta / existencia obrigatória:

Operations & Supply Chain Management, Jacobs and Chase (JC), McGraw-Hill (any recent edition). Case studies will be available in the beginning of the term. Other teaching materials (slides, etc) will be posted in the course website.

3.2.1. Unidade curricular:*TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO / INFORMATION AND KNOWLEDGE MANAGEMENT***3.2.2. Docente responsável (preencher o nome completo) e respetivas horas de contacto na unidade curricular:***Paulo Amaral-18H***3.2.3. Outros docentes e respetivas horas de contacto na unidade curricular:***<sem resposta>***3.2.4. Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):***A utilização de tecnologias da informação nas organizações constitui um dos principais desafios de inovação nas organizações de hoje. Mas a informação não é suficiente enquanto as organizações não a transformarem em conhecimento susceptível de evidenciar as suas capacidades únicas e transformá-lo em valor.***3.2.4. Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):***The use of information technology in organizations is one of the main challenges of innovation in organizations today. But the information is not enough as the organizations do not transform into knowledge that can demonstrate its unique capabilities and transform into value.***3.2.5. Conteúdos programáticos:***Compreender as novas tendências da sociedade de informação e o seu impacto nas organizações; Compreender a informação como mais um recurso; Os projectos de informação e o seu impacto seja técnico, seja tático; A formação e as novas tecnologias.***3.2.5. Syllabus:***Understanding the new trends of the information society and its impact on organizations; understand the information as an additional resource; Projects of information and its impact on technical, or tactical, training and new technologies.***3.2.6. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:***O conteúdo do curso corresponde aos resultados de aprendizagem pretendidos.***3.2.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:***The contents of the course matches the intended learning outcomes .***3.2.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):***Apresentações teóricas, discussões de casos, apresentação de projectos de grupo, Avaliação: Exame final; trabalho individual; Apresentação de caso real; Trabalho de grupo.***3.2.7. Teaching methodologies (including assessment):***Theoretical presentations, case discussions, presentation of group projects. Assessment. final exam, individual work, presentation of realcase, group work.***3.2.8. Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular:***As discussões de estudos de caso permitem uma aprendizagem eficaz no que diz respeito aos problemas da vida real enfrentados pelas empresas, em especial quando o público é um grupo de alunos com experiência profissional significativa.***3.2.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:***A mix of lectures, problem solving classes and the discussion of applied case studies is suited to deliver effective learning with respect to materials that have both a conceptual component and an applied component in real life problems faced by companies, in particular when the audience is a cohort of students with substantial professional experience.***3.2.9. Bibliografia de consulta / existencia obrigatória:**

- *Business Information Management, David Chaffey and Steve Wood, prentice Hall 2005*
- *Mastering the three worlds of information Technology, Andrew McAfee, harvard Business Review, November 2006*
- *IT doesn't matter, Nicholas carr, Harvard Business Review, may 2003*
- *How Information gives you competitive advantage, michael Porter and Victor Millar, harvard Business Review 1985*

Mapa III - GESTÃO ESTRATÉGICA / STRATEGY AND VALUE CREATION**3.2.1. Unidade curricular:**

GESTÃO ESTRATÉGICA / STRATEGY AND VALUE CREATION**3.2.2. Docente responsável (preencher o nome completo) e respetivas horas de contacto na unidade curricular:***Luís Almeida Costa - 27h***3.2.3. Outros docentes e respetivas horas de contacto na unidade curricular:***José Adriano Vieira Marques de Jesus Freire - 27h***3.2.4. Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):**

Ao concluir este curso, o aluno deve ser capaz de: A. Conhecimento e Entendimento: • Entender de onde vem o valor; • Compreender decisões estratégicas, exemplo, decisões que determinam onde e como a empresa compete, e que afetam seu potencial de criação de valor; • Ter uma perspectiva integrada do campo Estratégia; • Ter uma visão abrangente dos diferentes tópicos discutidos; • Compreender os conceitos, modelos e estruturas relevantes; • Estar familiarizado com as ferramentas práticas necessárias para analisar os problemas de formulação de estratégias. B. Competências: • Desenvolver as habilidades analíticas dos alunos; • Desenvolver suas habilidades de comunicação; • Desenvolver a sua capacidade de resumir os seus argumentos e ir direto ao ponto; • Desenvolver a sua capacidade de aplicar os diferentes conceitos, modelos e enquadramentos à análise de situações da vida real.

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

On completion of this course a student should be able to: A. Knowledge and Understanding: • Understand where value comes from; • Understand how strategic decisions, i.e., decisions that determine where and how the company competes, affect its value creating potential; • Have an integrated perspective of the Strategy field; • Have a comprehensive view of the different topics discussed; • Understand the relevant concepts, models and frameworks; • Be familiar with the practical tools needed to analyze strategy formulation problems. B. Skills: • Develop the analytic skills of students; • Develop their communication skills; • Develop their ability to summarize their arguments and go straight to the point; • Develop their ability to apply the different concepts, models and frameworks to the analysis of real life situations.

3.2.5. Conteúdos programáticos:

*1. Estratégia competitiva - Estrutura da indústria e concorrência - Dinâmica da concorrência de preços - Reter o valor do cliente - Criação e manutenção de vantagem competitiva - Competição em mercados com externalidades de redes
2. Estratégia corporativa - Capacidades distintas, posicionamento competitivo e formulação de estratégia - Integração vertical - Diversificação geográfica - Alianças estratégicas
3. Estratégia e Organização - A Estratégia-Estrutura-Sistemas - A perspectiva de propósito-processo-pessoa*

3.2.5. Syllabus:

*1. Competitive Strategy - Industry structure and competition - Dynamics of price competition - Capturing customer value - Creating and sustaining competitive advantage - Competition in markets with network externalities
2. Corporate Strategy - Distinctive capabilities, competitive positioning and strategy formulation - Vertical integration - Product and geographic diversification - Strategic alliances
3. Strategy and Organization - The strategy-structure-systems approach - The purpose-process-people perspective*

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

Este curso oferece uma perspectiva integrada sobre como lidar com o problema de articular uma estratégia eficaz para uma empresa, prestando atenção tanto às suas características únicas como à estrutura das indústrias onde opera. A primeira parte do curso aborda como lidar com decisões competitivas a nível de estratégia, exemplo, como abordar o problema de formular uma estratégia eficaz para uma empresa em um determinado setor, quando o objetivo é maximizar o potencial de criação de valor da empresa. A segunda parte do curso aborda como lidar com decisões de estratégia corporativa, exemplo, decisões que determinam os limites da empresa e das indústrias em que compete. A terceira e última parte do curso trata da relação entre estratégia e organização.

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

This course offers an integrated perspective about how to deal with the problem of articulating an effective strategy for a company, paying attention both to its unique characteristics and to the structure of the industries where it operates. The first part of the course discusses how to deal with competitive strategy decisions, i.e., how to approach the problem of formulating an effective strategy for a company in a given industry, when the objective is to maximize the company's value creating potential. The second part of the course discusses how to deal with corporate strategy decisions, i.e., decisions that determine the boundaries of the company and the industries where it competes. The third and final part of the course deals with the relation between strategy and organization.

3.2.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

*O curso é uma combinação de leituras, discussão de casos, apresentações e projectos de equipa.
Avaliação: Exame Final (50%) Projecto de equipa (25%) Participação nas aulas (25%)*

3.2.7. Teaching methodologies (including assessment):

*This course combines lectures, case discussions, presentations and a team project.
Assessment: Final Exam (50%) Team Project (25%) Class Participation (25%)*

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

1. Palestras. Em geral, as palestras têm quatro objetivos principais: - Oferecer uma perspectiva integrada do campo Estratégia; - Dar uma visão abrangente dos diferentes tópicos discutidos; - Explicar os conceitos, modelos e estruturas relevantes; - Introduzir as ferramentas práticas que os participantes precisam para analisar os casos e aplicar os modelos conceituais às situações da vida real. 2. Discussões de Caso. As discussões de caso têm quatro objetivos principais: - Dar aos participantes a oportunidade de entender melhor como se encaixam os diferentes conceitos e ferramentas; - Discutir como aplicar os diferentes conceitos, modelos e quadros através da análise de situações da vida real; - Constituir a base para discutir como as empresas lidam com questões estratégicas específicas; - Providenciar um fórum para a partilha de conhecimento entre os participantes. 3. Relatórios e apresentações. Em algumas sessões, as equipas devem entregar relatórios de 3/5 páginas respondendo às perguntas correspondentes ao caso discutido e preparar apresentações de dez / quinze minutos do conteúdo de seus relatórios. Esta combinação de breves relatórios e apresentações tem vários objetivos: - Assegurar que alguns dos casos são objecto de uma análise aprofundada por parte dos participantes; - Fazer com que os participantes aprendam a resumir seus argumentos e ir direto ao ponto; - Dar aos participantes alguma formação na preparação e realização de apresentações; - Contribuir para classe mais animadas através de trocas de ideias; - Promover a partilha de conhecimento entre os participantes, através de discussões em pequenas equipas. 4. Projeto de Equipa. O objectivo do projeto da equipa é a análise de uma decisão estratégica específica tomada por uma empresa, aplicando os conceitos, modelos e estruturas discutidos no curso. O projeto da equipa tem vários objetivos: - Dar aos participantes a oportunidade de aprofundar seus conhecimentos de um determinado tópico; - Dar aos participantes a oportunidade de aplicar os modelos conceituais às situações da vida real; - Constituir uma oportunidade adicional para que os participantes reflitam sobre a sua própria experiência e discutam como as empresas lidam com questões estratégicas específicas; - Fornecer um fórum adicional para a partilha de conhecimentos, através de discussões aprofundadas em pequenas equipas e discussões em sala de aula. - Dar aos participantes alguma formação adicional na preparação e realização de apresentações.

3.2.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

1. Lectures In general, lectures have four main objectives: - Provide an integrated perspective of the Strategy field; - Give a comprehensive view of the different topics discussed; - Explain the relevant concepts, models and frameworks; - Introduce the practical tools participants need to analyze the cases and apply the conceptual models to real life situations. 2. Case Discussions The case discussions have four main objectives: - Give participants the opportunity to gain a better understanding of how the different concepts and tools fit together; - Discuss how to apply the different concepts, models and frameworks to the analysis of real life situations; - Constitute the basis for discussing how companies deal with specific strategic issues; - Provide a forum for knowledge sharing among participants. 3. Reports and Presentations In some sessions teams are required to hand in 3/5 page reports answering the questions corresponding to the case discussed, and prepare ten/fifteen-minute presentations of the content of their reports. This combination of short reports and presentations has several objectives: - Ensure that some of the cases are subject to in-depth analysis by participants; - Make participants learn how to summarize their arguments and go straight to the point; - Give participants some training in preparing and making presentations; - Contribute to more lively class discussions; - Foster knowledge sharing among participants, through discussions in small teams. 4. Team Project The object of the team project is the analysis of a specific strategic decision made by a company, applying the concepts, models and frameworks discussed in the course. The team project has several objectives: - Give participants the opportunity to deepen their knowledge of a given topic; - Give participants the opportunity to apply the conceptual models to real life situations; - Constitute an additional opportunity for participants to reflect on their own experience and to discuss how companies deal with specific strategic issues; - Provide an additional forum for knowledge sharing, through in-depth discussions in small teams and class discussions. - Give participants some additional training in preparing and making presentations.

3.2.9. Bibliografia de consulta / existencia obrigatória:

Economic of Dstrategy, by D. Besanko, D. Dranove, m. Shanley and S. Schaefer, Wiley, 2007 (4th Edition) Ghemawat, P., Strategy and the Business Landscape, Addison- Wesley, 2005 (2nd Edition); McAfee, R.P. Competitive Solutions, princeton University Press, 2002; Saloner, G., A. Shepard and J. Podolny, Strategic Management, Wiley, 2001

Mapa III - GESTÃO DE MARCAS / BRAND MANAGEMENT**3.2.1. Unidade curricular:**

GESTÃO DE MARCAS / BRAND MANAGEMENT

3.2.2. Docente responsável (preencher o nome completo) e respetivas horas de contacto na unidade curricular:

Catherine da Silveira - 18H

3.2.3. Outros docentes e respetivas horas de contacto na unidade curricular:

Kyryl Lakishyk - 18 h

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

A. Entender como gerir e articular os principais conceitos de branding, incluindo equidade, imagem, identidade e posicionamento em qualquer situação de mercado (lançamento, maturidade) e para qualquer setor e tamanho da

empresa; Ser capaz de integrar a estratégia da marca no contexto mais amplo do modelo de negócio da organização e do plano de marketing;

B. Gerir uma marca passo a passo: Como as marcas criam valor? Avaliar a imagem de marca, Definir a identidade da marca, Processo de posicionamento da marca, Lançamento de uma marca / lançamento de um produto, Construção de marca e construção de modelo de negócio, Arquitectura de marca: gestão de marca e relação entre produtos, Manter uma marca a longo prazo, Identidade e mudança : As questões de mudança de marca,

C. Desenvolver um projecto de marca, encontrar equilíbrio entre as competências académicas e teóricas e o conhecimentos prático orientado para o mercado, Desenvolver uma organização de grupo eficaz e habilidades de comunicação

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

A. Understand how to manage and articulate the main branding concepts, including equity, image, identity, and positioning in any market situation (launch, mature) and for any sector and business size; Be able to integrate the brand strategy in the broader context of the organization business model and marketing plan, Understand the risks and opportunities of managing a brand in a challenging market context

B. Manage a brand step by step: How brands create value? Assessing brand equity, Measuring brand image, Defining brand identity, Process of brand positioning, Launching a brand / launching a product, Brand building and business model building, Brand architecture: managing brand and product relationships, Sustaining a brand long term, Identity and change: the rebranding issues

C. Be able to develop a branding project, balancing academic and theoretical skills with practical and Market oriented knowledge, Develop an effective group organization and Communication skills,

3.2.5. Conteúdos programáticos:

•Introdução aos principais conceitos de marca:

O que é uma marca? Como as marcas geram (ou não) valor para o consumidor?

•Medir o desempenho da marca:

Introdução ao Marketing ,Técnicas de pesquisa utilizadas na análise da Brand Equity e Brand Image.Como medir o património da marca? Como medir a consciência de marca e imagem de marca?

•Desafios e Oportunidades de Branding:

O que está a passar? O que se seguirá?

•Identidade da marca:

Introdução aos principais modelos de Identidade de Marca, actualmente em uso na Indústria e na literatura académica

•Posicionamento de marca:

Análise dos principais processos de posicionamento atualmente em uso na Indústria

•Estratégia de Marca:

*Portfólio de Marca,
Arquitetura da marca,
Amplificação da marca*

•Construção de Marca e Gestão de Marca:

*Definição de elementos da marca
Projectar programas de marketing da marca
Projectar programas de comunicação da marca*

3.2.5. Syllabus:

•Introduction to the main Brand Concepts

What is a brand?

How brands create (or not) value for the consumer?

•Measuring Brand Performance

Introduction to Marketing Research techniques used in Brand Equity and Brand Image analysis

How to measure Brand Equity? How to measure Brand Awareness and Brand Image?

•Branding Challenges and Opportunities

What's on? What's next?

•Brand Identity

Introduction to the main Brand Identity models currently in use in the Industry and in the academic literature

•Brand Positioning

Analysis of the main Positioning Processes currently in use in the Industry

•Brand Strategy

*Brand Portfolio
Brand Architecture
Brand Extensions*

•*Brand Building and Brand Management*
Defining Brand Elements
Designing Brand Marketing Programs
Designing Brand Communication Programs

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

O curso oferece uma abordagem equilibrada para branding, combinando teoria e prática. O curso dá uma visão geral dos conceitos de branding e treina os alunos sobre como usar esses conceitos, quer seja para lançar seus negócios, ou trabalhar em estratégia, consultoria, marketing, publicidade ou comunicação, para uma empresa multinacional ou pequena, em qualquer setor. O Curso combina vários métodos de aprendizagem ativos, sendo o Team Project o mais envolvente.

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

The Course offers a balanced approach to branding, combining theory and practice. It gives a broad overview of the branding concepts and trains students on how to use those concepts, whether they wish to launch their business, or work in Strategy, Consulting, Marketing, Advertising or Communication, for a Multinational or a Small Company, in any sector. The Course combines several active learning methods, being the Team Project the most engaging one.

3.2.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

O curso combina vários métodos de aprendizagem ativos: • Palestras para fornecer o conhecimento essencial da marca, bem como as ferramentas apropriadas para conduzir o projeto da equipa; • Discussões e exercícios em sala de aula; • Casos individuais baseada em casos caseiros; • Projeto de equipa - Além das sessões de apresentação final, a última classe / sessão é dedicada ao projeto [ou seja, as equipas apresentam suas descobertas preliminares e recebem comentários do instrutor]. As equipas apresentam seu projeto final a um painel de especialistas com experiência na gestão e melhoria de marcas que ainda não são conhecidas. AVALIAÇÃO: Projeto de Equipa: 50%; Trabalho escrito individual para ser feito em casa : 30%; Participação e assiduidade: 20%

3.2.7. Teaching methodologies (including assessment):

The Course combines several active learning methods: • Lectures to provide the essential branding knowledge, as well as the appropriate tools to conduct the team project; • In-class discussions and exercises; • Individual in-home written case-based assignment; • Team project - Besides the final presentations Session the last Class/Session is dedicated to the project [i.e., teams present their preliminary findings, and receive feedback from to the Instructor]. Teams present their final project to a panel of brand experts with experience in managing and improving "under-potentiated" brands. ASSESSMENT: Team Project: 50%; Individual in-home written assignment: 30%; Participation and attendance: 20%

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

Este curso é um curso prático. O nosso objetivo é colocar os alunos em situações próximas a situações de "vida real". O curso combina dois tipos de experiências de aprendizagem: palestras (incluindo debates e discussões) e um projeto de equipa. Os alunos (em equipas de aproximadamente 4 alunos) são convidados a desenvolver uma plataforma sucinta de marca e apresentá-lo a um painel de especialistas. Cada equipa selecciona uma marca que apresenta (aparentemente) alguns problemas de branding, analisa a sua actual imagem de marca, identidade e posicionamento, sugere uma melhor identidade de marca, posicionamento de marca e estratégia para o mercado português (+ se relevante, outros mercados a acordar) .O objetivo é aprender a abordar questões concretas de branding, usando os principais conceitos de marketing e branding estudados na aula, tais como brand equity, brand awareness, imagem de marca, identidade de marca, posicionamento de marca, estratégia de marca e construção da marca. Os participantes desenvolvem o seu projeto de plataforma para a marca o mais próximo possível de um processo de reposicionamento "vida real": o Instrutor reúne os alunos para treiná-los e, se necessário, para "redirecionar" o seu trabalho As palestras são estruturadas por forma a ensinar as ferramentas apropriadas de branding para que a "Team Brand Platform" antes que os alunos precisem dessas ferramentas. O Curso é, portanto, organizado para garantir que os alunos aprendem e adquirem cada conceito antes de aplicá-lo.

3.2.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

This Course is a practical Course. Our objective is to put students in situations proximate to "real life" business situations. It combines two types of learning experiences: Lectures (including debates and discussions) and a Team Project.

Students (in teams of approximately 4 students) are asked to develop a succinct brand platform and present it to a panel of brand experts. Each team selects a brand which (apparently) presents some branding issues, analyzes its current brand image, identity and positioning, then suggests an improved brand identity, brand positioning and strategy for the Portuguese market (+ if relevant, other markets to be agreed).The objective is to learn to address concrete branding concerns, using the main marketing and branding concepts studied in Class, such as brand equity, brand awareness, brand image, brand identity, brand positioning, brand strategy and brand architecture. Participants develop their brand platform project as close as possible to a "real life" brand repositioning process: The Instructor meets the students to coach them and, if necessary, to "redirect" their work Lectures are structured to teach the appropriate branding tools to conduct the Team Brand Platform before students need those tools. The Course is hence organized to guaranty that students learn and acquire each concept before applying it.

3.2.9. Bibliografia de consulta / existencia obrigatória:

Main bibliography: KAPFERER, Jean-Noël The new strategic Brand Management, Advanced Insights & Strategic Thinking, Fifth Edition, 2012, Kogan Page KELLER, Kevin Lane & APERIA, Tony & GEORGSON, Mats Strategic Brand

Management, A European Perspective, Second Edition, 2012, Prentice Hall Additional bibliography: AAKER, David A. Building Strong Brands, 2002, Free Press Business About Consumer resistance to brands KLEIN, Naomi No Logo, 2000, Flamingo- Harper Collins Publishers GODIN, Seth All marketers are liars, the power of telling authentic stories in a low trust world, 2005, Potfolio About new trends and consumer engagement BROOKS, David Bobos in Paradise, 2000, Simon & Schuster Paperbacks GODIN, Seth Tribes, 2008, Piatkus Books About up market and down market SILVERSTEIN, Michael J. & FISKE, Neil Trading up: Why customers want new luxury goods – And how companies create them, 2005, Portfolio

Mapa III - ECONOMIA DE EMPRESA / MARKETS AND COMPETITION

3.2.1. Unidade curricular:

ECONOMIA DE EMPRESA / MARKETS AND COMPETITION

3.2.2. Docente responsável (preencher o nome completo) e respetivas horas de contacto na unidade curricular:

Fátima Barros - 27H

3.2.3. Outros docentes e respetivas horas de contacto na unidade curricular:

Steffan Hoernig - 27H

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

Ao concluir este curso um aluno deve ser capaz de: A. Conhecimento e Entendimento: • Compreender os fundamentos microeconômicos a nível da tomada de e os processos gerenciais. B. Competências Específicas: • Compreender os conceitos fundamentais das decisões de produção e de preços. • Compreender e aplicar os conceitos de poder de mercado e diferentes tipos de estrutura de mercado. • Compreender os conceitos de interações estratégicas e comportamentos estratégicos e aplicá-los a mercados específicos. C. Competências Gerais: • Compreender a metodologia da análise econômica e reconhecer os conceitos a serem aplicados a diferentes situações de negócios. • Reforço das capacidades analíticas.

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

On completion of this course a student should be able to: A. Knowledge and Understanding: • Understand the microeconomic foundations of managerial decision making. B. Subject-Specific Skills: • Understand the fundamental concepts of production and pricing decisions. • Understand and apply the concepts of market power and different types of market structure. • Understand the concepts of strategic interactions and strategic behavior and apply them to specific markets. C. General Skills: • Understand the methodology of economic analysis and recognize which concepts to apply to different business situations. • Strengthening of analytical capabilities

3.2.5. Conteúdos programáticos:

1. Mercados modelo: Demanda e oferta 2. Observando o indivíduo: Exigências do consumidor, e custos para as empresas. 3. Caracterização dos mercados: Estrutura, conduta, desempenho. 4. Gestão de mercados: da concorrência ao monopólio. 5. Competir com poucos: Interações estratégicas. 6. Antecipar: comportamento estratégico e interações repetitivas. 7. Percepção do valor: Estratégias de preços com poder de mercado. 8. A longo prazo: Estratégias para a estrutura do mercado 9. Definição das regras: Intervenção governamental

3.2.5. Syllabus:

1. Modeling markets: Demand and supply 2. Looking at the individual: Consumer demand, and firms' costs. 3. Characterizing markets: Structure, conduct, performance. 4. Managing in markets: From competition to monopoly. 5. Competing with the few: Strategic interactions. 6. Thinking ahead: Strategic behavior and repeated interactions. 7. Realizing value: Pricing strategies with market power. 8. Taking the long view: Strategies for market structure 9. Defining the rules: Government intervention

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

O programa contém os fundamentos da visão microeconômica dos mercados e da concorrência. Apresentam uma visão econômica das decisões gerenciais dentro e fora da empresa, enfatizando a abordagem analítica, mas prática.

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

The syllabus contains the fundamentals of the micro-economic view of markets and competition. These lay out the economic view of managerial decisions within the firm and outside it, stressing an analytical but practical approach.

3.2.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

A ênfase do curso é sobre a aplicação de idéias de economia para casos reais e eventos, tendo um novo tópico em cada palestra. Serão debatidos os conceitos econômicos, mas o foco será principalmente na sua aplicação. Uma série curtos casos de estudos ajudará a ver como esses conceitos se aplicam a diferentes contextos de negócios e através de jogos serão ilustradas questões estratégicas. O aluno deverá preparar os casos e artigos atribuídos e estar pronto para discuti-los em sala de aula. Espera-se que todos os alunos possam contribuir para a discussão. A avaliação será baseada em: um exame no final do curso (50%), participação na aula (20%) e dois pequenos trabalhos sobre a aplicação da economia à vida real (15% cada).

3.2.7. Teaching methodologies (including assessment):

The emphasis of the course is on the application of economic ideas to real-life cases and events, with a new topic in each lecture. We will spend some time discussing the economic concepts, but will focus mostly on applying them. A number of short case studies will help to see how these concepts apply to different business contexts, and a few games will be played that illustrate strategic issues. You will prepare the assigned cases and articles and be ready to discuss them in class. All students are expected to be able to contribute to the discussion.

The assessment will be based on an exam at the end of the course (50%), class participation (20%), and two short papers on applications of economics to real life (15% each).

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

A abordagem do curso é introduzir conceitos microeconômicos de decisões gerenciais através de suas aplicações em exemplos e casos. A ênfase será na discussão de sua aplicabilidade e limitações. Leituras e trabalhos de casa escritos prepararão os alunos e aumentarão sua capacidade de aplicar o que foi discutido.

3.2.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The approach of the course is to introduce micro-economic concepts of managerial decisions via their applications in examples and cases. Emphasis will be on discussing their applicability and limitations. Readings and written homework will prepare students and increase their ability to apply what has been discussed.

3.2.9. Bibliografia de consulta / existencia obrigatória:

Baye, Michael and J. Prince Managerial Economics & Business Strategy, Irwin – McGraw-Hill, 7th edition, 2010. Chapters of additional books will be posted on the course website.

Mapa III - ESTUDO DE CASOS / BUSINESS CASES (PT)**3.2.1. Unidade curricular:**

ESTUDO DE CASOS / BUSINESS CASES (PT)

3.2.2. Docente responsável (preencher o nome completo) e respetivas horas de contacto na unidade curricular:

Manuela Ferreira Calhau - 18H

3.2.3. Outros docentes e respetivas horas de contacto na unidade curricular:

<sem resposta>

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

Após conclusão do curso o aluno deverá conseguir: A. Conhecimento e Compreensão: desenvolver uma análise de sector e companhia, que servirão de base para discussão de um problema estratégico de negócio. Estruturar uma recomendação, de forma oral e escrita, para um problema estratégico de negócio. B. Competências Específicas: análise de negócio, pensamento estratégico, resolução de problemas. C. Competências Generalistas: Estudos de Mercado; comunicação, networking

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

On completion of this course a student should be able to: A. Knowledge and Understanding: Develop a sector analysis and a company profile, as a context for discussion of a specific and real business strategic issue. Structure, both written and orally, a recommendation for a specific and real business strategic issue. B. Subject-Specific Skills: Business analysis; Strategic thinking; Problem solving skills. C. General Skills: Market information research; Communication skills; Team work; Networking

3.2.5. Conteúdos programáticos:

- 1. Desenvolver a capacidade de análise e de conhecimento de diversos sectores da Economia tomando como base a análise de casos recentes ocorridos nas empresas Portuguesas.*
- 2. Levar os alunos a trabalhar com um grupo de topo de executivos nacionais.*
- 3. Estimular a apresentação de soluções para casos concretos e permitindo que as mesmas sejam apresentadas a um leque de prestigiados gestores nacionais.*

3.2.5. Syllabus:

- 1. To develop the analytical capacity and knowledge of various sectors of the economy, building on analysis of recent cases occurring in portuguese companies.*
- 2. To allow students to work with a leading group of national executives.*
- 3. To stimulate the production of solutions for individual cases and allow them to be presented to a range of prestigious national managers.*

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

O objetivo de aprendizagem A é coberto pela análise de casos recentes de empresas portuguesas e pelo desenvolvimento de uma solução de um caso concreto que será apresentado aos Diretores de uma empresa. O objetivo de aprendizagem B. é coberto pelo desenvolvimento de um processo de análise que permitirá encontrar uma solução para o problema de gestão. O objetivo de aprendizagem C. resultará da interação com os executivos da empresa e pelo desenvolvimento de uma apresentação que será feita aos mesmos.

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

Intended learning outcome A. Is covered by building an analysis of recent cases that occurred in a Portuguese company and by working on a specific business case that will be presented to executives of a company. The learning outcome B. is covered by developing a process of analysis that will lead to a solution to the business problem. The learning outcome C. will result from the interaction with the company executives and by putting together a presentation.

3.2.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Apresentação e discussão de casos

Avaliação: Projecto sobre uma empresa; participação na aula, Análise de diferentes casos de estudo. Solução do caso (relatório escrito 40%; apresentação – 30%), qualidade das questões colocadas a outros grupos – 20%; Participação – 10%

3.2.7. Teaching methodologies (including assessment):

Presentation and discussion of cases

Assessment: project about a business; Participation in class, Analysis of different Business Cases. BC analysis 70% (Written report – 40% + Oral presentation – 30%); Group challenging – 20% Class; participation – 10%

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

As discussões de estudos de caso permitem uma aprendizagem eficaz no que diz respeito aos problemas da vida real enfrentados pelas empresas, em especial quando o público é um grupo de alunos com experiência profissional significativa.

3.2.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

A mix of lectures, problem solving classes and the discussion of applied case studies is suited to deliver effective learning with respect to materials that have both a conceptual component and an applied component in real life problems faced by companies, in particular when the audience is a cohort of students with substantial professional experience.

3.2.9. Bibliografia de consulta / existencia obrigatória:

n.a.

Mapa III - INVESTIMENTO FINANCEIRO E GESTÃO DE RISCO / PRIVATE EQUITY AND VENTURE CAPITAL

3.2.1. Unidade curricular:

INVESTIMENTO FINANCEIRO E GESTÃO DE RISCO / PRIVATE EQUITY AND VENTURE CAPITAL

3.2.2. Docente responsável (preencher o nome completo) e respetivas horas de contacto na unidade curricular:

Paulo Soares de Pinho - 18H

3.2.3. Outros docentes e respetivas horas de contacto na unidade curricular:

<sem resposta>

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

A) Conhecimento :O que são investimentos de ativo privado (como uma classe de ativos), Parcerias gerais e relações com parceiros limitados, A organização e estratégia de parcerias de ativo privado, Estratégias de angariação de fundos para fundos de ativo privado, Gestão do ciclo de vida de fundos de ativo privado, Estratégias de seleção de investimentos, Acompanhamento de carteiras de empresas para maximização do seu valor, Estruturação de buyout e avaliação de risco, Uso de fundos de ativo privado na reestruturação corporativa, Saída de investimentos via IPO e venda de negócios. B) Competências específicas: Análise de parcerias de ativo privado, Análise estratégica de mercados de ativo privado, Análise de oportunidades de buyout, Realização de due diligence, Formulação de estratégias de maximização de valor para empresas de portfólio, Gestão do processo de saída. C) Competências gerais: Análise de casos, Elaboração e apresentação de relatórios, Negociação da transacção de uma empresa.

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

A) Knowledge and Understanding: What are private equity investments (as an asset class), General partnerships and their relationships with limited partners, The organization and strategy of private equity partnerships, Fund-raising strategies for private equity funds, Managing the life-cycle of private equity funds, Investment selection strategies, Monitoring portfolio companies for value-maximization, Buyout structuring and risk evaluation, The use of private equity funds in corporate restructuring, Exiting investments via IPO's and trade sale. B) Subject-Specific Skills: Analysis of private equity partnerships, Strategic analysis of private equity markets, Analysis of buyout opportunities, Conducting due diligence, Formulation of value-maximization strategies for portfolio companies, Managing the exit process. C) General Skills: Case situation analysis, Report preparation and presentation, Negotiation of a company's transaction.

3.2.5. Conteúdos programáticos:

Participações de Capital; Capital de Risco; Aquisições; Gestão e Organização de empresas de Participação de Capital; Investimento em Reestruturações empresariais; Investimentos de iniciação ou de expansão.

3.2.5. Syllabus:

Private Equity & Venture Capital Industry, Buyouts, Management and Organization of Private Equity firms, Investment in Corporate Restructuring Venture Capital Investments.

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

Os conteúdos programáticos correspondem às matérias teóricas indispensáveis ao desenvolvimento das competências que se pretende que os alunos venham a adquirir, conforme se pode aferir pela comparação do syllabus com os objectivos de aprendizagem. Nessa matéria, aliás, o curso segue as matérias habitualmente cobertas em cursos deste tipo em escolas de gestão internacionais de topo.

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

The syllabus contents correspond to the indispensable theoretical subjects that are important for the students to develop the relevant competences, as can be verified by comparing the syllabus with the learning objectives. Moreover, the course follows the same subjects covered by top international management schools.

3.2.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

*Análise de casos, apresentações orais e escritas de relatórios, trabalho de equipa
A avaliação é feita através dos resultados de trabalhos de grupo, apresentações, participação nas aulas e relatório individual.
Avaliação: Grupo (4 pessoas por equipa) solução de casos de estudo: 25%; Participação na Simulação Financeira: Blackstone / Celanese, Harvard (3712-HTM-ENG) 10%; Os alunos serão classificados de acordo com seu desempenho individual na simulação financeira; Exame final: 40% Valor mínimo de exame obrigatório: 9,5 (/20); Participação da turma: 25%*

3.2.7. Teaching methodologies (including assessment):

*Analysis of case, oral presentations and written reports, team work and individual participation on a simulation.
Assessment: Group (4 people per team) solution of the case-studies: 25%; Participation on the Finance Simulation: Blackstone / Celanese, Harvard (3712-HTM-ENG) 10%; Students will be graded according to their individual financial performance in the simulation; Final Exam: 40% Minimum required exam grade: 9.5 (/20); Class participation: 25%*

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

As discussões de estudos de caso permitem uma aprendizagem eficaz no que diz respeito aos problemas da vida real enfrentados pelas empresas, em especial quando o público é um grupo de alunos com experiência profissional significativa. A utilização de uma simulação reforça essa experiência prática.

3.2.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

A mix of lectures, problem solving classes and the discussion of applied case studies is suited to deliver effective learning with respect to materials that have both a conceptual component and an applied component embedded in real life problems faced by companies, in particular when the audience is a cohort of students with substantial professional experience. The use of a simulation reinforces such practical experience.

3.2.9. Bibliografia de consulta / existencia obrigatória:

Bygrave, William Hay, Michael Peeters, Jos The Venture Capital Handbook, FT Prentice Hall, 1999; Cumming, Douglas and Johan, Douglas Venture Capital and Private Equity Contracting: An International perspective, Academic Press, 2009; European Private Equity Capital and Venture Capital Association (EVCA) Entrepreneurship Toolkit

Mapa III - ANÁLISE DE CASOS FINANCEIROS / CASES IN CORPORATE FINANCE

3.2.1. Unidade curricular:

ANÁLISE DE CASOS FINANCEIROS / CASES IN CORPORATE FINANCE

3.2.2. Docente responsável (preencher o nome completo) e respetivas horas de contacto na unidade curricular:
Jose Corrêa Guedes - 18H

3.2.3. Outros docentes e respetivas horas de contacto na unidade curricular:
 <sem resposta>

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

A disciplina pretende dar aos alunos uma oportunidade para aplicar os conceitos e ferramentas de análise adquiridas nas disciplinas obrigatórias de Finanças. Serão analisados uma série de casos relacionados com finanças empresariais aplicadas. Estes casos não tratam de problemas abstractos, de realidade reduzida ou estilizada, mas pelo contrário, remetem para situações reais de natureza complexa, em que são exigidas decisões financeiras num contexto empresarial, para as quais não existem soluções teoricamente certas ou correctas. O objectivo é exercitar a capacidade de tomar decisões de gestão financeira de uma forma estruturada, recorrendo a uma linha de raciocínio sólida e consistente.

As aulas consistirão na discussão dos casos programados. Os casos são escolhidos de modo a cobrir temas centrais de finanças empresariais. Os alunos deverão preparar previamente os casos atribuídos para cada sessão.

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

The course aims to give students a chance to apply the concepts and analytical tools acquired in the mandatory subjects of Finance. We will analyze a number of cases on applied corporate finance. These cases do not deal with abstract problems, reduced or stylized reality, but instead, they refer to real situations of a complex nature, where financial decisions are required in a business context, for which no right or correct solutions exist in theory. The aim is to exercise the ability to make decisions on financial management in a structured manner, using a sound and consistent line of reasoning.

The classes will consist of the discussion of the cases scheduled. The cases are chosen to cover key topics of business finance. Students should prepare in advance the cases assigned to each session.

3.2.5. Conteúdos programáticos:

Pretende-se nas aulas analisar diversos tipos de casos aplicados de Finanças empresariais:

Aula 1: “Poland A2 Motorway” – Financiamento de Projectos;

Aula 2: EDP Obrigações Permutáveis - Financiamento Estruturado;

Aula 3: “Eagle Finance Corp” (casos (A) e (B)) - IPO’s);

Aula 4: “AB Volvo: Regie Internationale des usines Renault SA (UVA-F-1088)” - Fusões;

Aula 5: “Medimedia International” – Aquisições pelos quadros e aquisições de alavancagem;

Aula 6: “Medimedia International” – Aquisições pelos quadros e aquisições de alavancagem;

3.2.5. Syllabus:

The aim is to analyze various types of cases on Applied Corporate Finance:

Lecture 1: Poland Motorway A2 - Project Finance,

Lecture 2: EDP Exchangeable bonds - Structured Finance,

Lecture 3: Eagle Finance Corp. (cases (A) and (B)) - IPO’s),

Lecture 4: AB Volvo: Renault Regie Internationale des Usines SA (UVA-F-1088) - Mergers,

Lecture 5: Medimedia International - Management Buyouts & Leverage Buyouts;

Lecture 6: Medimedia International - Management Buyouts & Leverage Buyouts.

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

Os tópicos cobertos na disciplina – descritos nos conteúdos programáticos – cobrem as principais decisões dos gestores financeiros das empresas a um nível prático e concreto através da discussão de casos em aulas, sendo assumido que a teoria sobre a matéria foi previamente adquirida pelos alunos. Os alunos preparam relatórios de casos aplicados que dizem respeito a problemas financeiros específicos com que se confrontam as empresas, propondo soluções para esses problemas com base nas ferramentas de análise relevantes aprendidas em unidades curriculares anteriores.

3.2.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit’s intended learning outcomes:

The topics covered in the course – described in the syllabus – go over the key determinants of decisions of corporate financial managers at an applied level through class discussions of case studies, assuming that students have already been exposed to the underlying theory. Students prepare case study reports that address specific finance problems faced by companies and propose solutions to address them using the relevant frameworks of analysis learned in previous courses.

3.2.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

As aulas consistem em discussões de casos. Os casos escolhidos abordam as questões mais importantes relacionadas com finanças de empresas. Dado o ênfase atribuído às discussões de casos, os alunos devem preparar previamente os casos atribuídos a cada sessão (por exemplo: ler e ponderar sobre as questões relacionados com o caso) e participar ativamente nas discussões que decorrem em aula.

Avaliação: Relatório escrito (30%), Participação na discussão dos casos (20%), Exame final (50%).

3.2.7. Teaching methodologies (including assessment):

Class sessions will consist entirely of case discussions. Cases are chosen to cover some of the most important issues in Corp-Fin. Given the emphasis on case discussions, students are expected to prepare assigned cases ahead of class – i.e., to read the case and to consider the questions related to the case - and actively participate in class discussion. Assessment: Written report (30%), Participation in discussion of cases (20%), Final exam (50%)

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

A combinação de aulas de discussão de casos e a elaboração de relatórios detalhados e aprofundados sobre os casos discutidos em aula permite atingir os objectivos de aprendizagem.

3.2.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The combination of case discussions and the development of detailed and thorough case written reports is consonant with the course's intended learning outcomes.

3.2.9. Bibliografia de consulta / existencia obrigatória:

"Principles of Corporate Finance, Brealey & Myers, McGraw Hill; Corporate Finance, Ross, Westerfield & Jaffee, Irwin; Valuation, Koller, Goedhart and Wessels, Wiley."

Mapa III - MERCADO DO LUXO / LUXURY MARKETING AND STRATEGY**3.2.1. Unidade curricular:**

MERCADO DO LUXO / LUXURY MARKETING AND STRATEGY

3.2.2. Docente responsável (preencher o nome completo) e respetivas horas de contacto na unidade curricular:

Catherine da Silveira - 18H

3.2.3. Outros docentes e respetivas horas de contacto na unidade curricular:

Celine Abecassis-Moedas - 18H

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

A. Conhecimento e Compreensão: Explorar o motivo pelo qual o luxo tem sido tão bem sucedido em todo o mundo, usando conceitos e práticas não-convencionais de marketing e estratégia e o que outras empresas poderiam e deveriam aprender com o luxo; Aprender a utilizar e articular os principais conceitos do sector do luxo; Adquirir conhecimentos e experiência no sector do luxo em Portugal.

B. Competências Específicas:

- *Principais definições e abordagens do conceito de luxo*
- *Criatividade e Inovação no Luxo*
- *Sustentabilidade no Luxo*
- *Conhecimento e segmentação dos consumidores de luxo e premium*
- *Gerenciamento de marcas e produtos de luxo*
- *Distribuição e retalho de luxo (on-line e off-line)*

C. Competências e Habilidades Gerais: Formar os alunos sobre como confrontar opiniões de especialistas;

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

A. Knowledge and Understanding: To explore how luxury has been so successful worldwide, using non-conventional concepts and practices of marketing and strategy, and what other businesses could and should learn from luxury; Learn how to use and articulate the main concepts of the luxury sector; Gain knowledge and experience on the luxury sector in Portugal.

B. Subject-Specific Skills:

- *Main definitions and approaches to the concept of luxury*
- *Creativity and Innovation in Luxury*
- *Sustainability in Luxury*
- *Luxury and premium consumers understanding and segmentation*
- *Luxury brands and products management*
- *Luxury distribution and retailing (online and offline)*

C. General Skills and Competence: Train students on how to confront opinions with experts;

3.2.5. Conteúdos programáticos:

CONTEÚDO DO CURSO

- *Abordagem ao conceito de luxo e mais especificamente ao modelo de negócios de luxo*
- *Criatividade e Inovação no Luxo*
- *Internacionalização*
- *Sustentabilidade de Marcas de Luxo*
- *Marcas de Luxo e gestão de produtos*
- *Gestão de consumidores de Luxo*

- *Distribuição de produtos de Luxo*
- *Desafios Digitais relacionados com o Luxo*
- *Apresentações - Além dos conceitos relacionados com o luxo ensinados e debatidos nas aulas, os alunos terão um projecto de grupo que irá servir para desenvolver as suas capacidades onde terão um painel de especialistas da indústria de luxo*

3.2.5. Syllabus:

COURSE CONTENT

- *Approaches to the concept of luxury and specificity of the luxury business model*
- *Creativity and Innovation in Luxury*
- *Internationalization in Luxury*
- *Sustainability in Luxury*
- *Luxury Brand and Product Management*
- *Luxury Consumer Management*
- *Luxury Distribution*
- *Luxury Digital Challenges*
- *Presentations - In addition to the luxury concepts taught and debated in class, students will have a group project that serves to develop their capabilities, and it will have a panel of experts from the luxury industry*

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

O Curso explica a indústria do luxo em seis sessões ", com foco na estratégia, marketing e Marca. Pretende-se fornecer aos participantes os princípios para uma gestão eficaz de empresas de luxo, marcas, produtos e serviços. O curso oferece uma visão geral dos conceitos de luxo e forma os alunos na melhor forma de aplicar esses conceitos, quer desejem trabalhar em estratégia, Consultoria, Marketing, Publicidade ou Comunicação, para uma multinacional ou para uma empresa de pequeno porte, no sector de luxo, ou em qualquer outro sector onde estratégias de luxo possam ser relevantes.

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

The Course is a six sessions' dive into the luxury industry, with a focus on strategy, marketing and branding. It is designed to provide participants with the distinctive principles for effective management of luxury businesses, brands, products and services. The Course offers a broad overview of the luxury concepts and trains students on how to use those concepts. Whether they wish to work in Strategy, Consulting, Marketing, Advertising or Communication, for a Multinational or a Small Business, in the luxury sector, or in any other sector where luxury strategies may be relevant.

3.2.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

AVALIAÇÃO

1. Projecto de equipa: 50%

A performance de cada membro de equipa será avaliada com base:

A-20% Prática – avaliações e recomendações representam valor adicional para a empresa;

B-10% Qualidade Académica– consistência, metodologia, o uso correto de conceitos apresentados nas aulas;

C-10% Gestão de processos – Fluxo de informação, superar obstáculos, usar as ferramentas apropriadas, habilidade de lidar com tempo e recursos limitados;

D-10% Workload e contribuição para os resultados globais da equipa – Cada aluno irá avaliar os seus colegas com base em dois critérios: 1) Trabalho efectuado/Contribuição para o volume de trabalho global do projecto de equipa, 2) Qualidade/Contribuição para o projecto.

2. Preparação e apresentação de casos: 30%

3. Participação: 20 % (Avaliação individual com base na contribuição do aluno em palestras e debates na sala de aula)

3.2.7. Teaching methodologies (including assessment):

ASSESSMENT

1. Team Project: 50%

Each team members' performance will be evaluated based on:

E-20% Practical Quality –analysis and recommendations represent value added for the company;

F-10% Academic Quality–consistency , methodology, correct use of concepts presented in class;

G-10% Process management –information flows, overcoming obstacles, use of appropriate tools, ability to cope with limited resources & time;

H-10% Workload and contribution to the overall Team's results –Each student will evaluate his/her peers on two criteria: 1) Amount of work/Contribution to the overall team project workload, 2) Quality/Contribution to the quality of the project.

2. Case preparation and presentation: 30%

3. Participation: 20 % (Individual evaluation based on student's contribution to lectures and in-class discussions)

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

O Curso inclui um Projeto de Equipa: Os alunos (em equipas de cerca de 4 alunos) são convidados a desenvolver sucintamente um projeto e apresentá-lo a um painel de especialistas em luxo. O projecto da equipa consiste em analisar um caso real em Portugal em uma indústria de luxo específica. Espera-se que os alunos: 1) escolham uma indústria de luxo (por exemplo, moda, vinhos, automóveis, cosméticos, hospitalidade ...) e uma empresa / marca específica que opere nesta indústria em Portugal; 2) Apresentar a indústria e a empresa / marca, utilizando os dados disponíveis (por exemplo, livros, artigos de imprensa, site da empresa) e entrevista com um executivo que tenha uma posição/ estratégia chave em marketing envolvido na gestão da empresa; 3) Explorar os desafios e oportunidades de

gestão, distribuição e / ou importação de marcas, produtos ou serviços de luxo em Portugal, no contexto da indústria seleccionada.

Entre outros desafios, este projeto visa auxiliar os alunos: • Aprender a usar e articular os principais conceitos do sector de luxo; • Praticar a melhor forma de confrontar os especialistas sobre esta matéria; • Adquirir conhecimentos e experiência no sector do luxo em Portugal. Os professores estão disponíveis para ajudar os alunos a seleccionar a indústria e o caso e a reunirem-se com as equipas durante o período de realização do trabalho.. Os trabalhos finais são submetidos e apresentados (em grupos) a um painel de especialistas em luxo.

3.2.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The Course includes a Team Project: Students (in teams of approximately 4 students) are asked to develop a succinct project and present it to a panel of luxury experts. The team project consists in analyzing a real case within a specific luxury industry in Portugal. Students are expected to 1) Select a luxury industry (e.g., fashion, wines, automotive, cosmetics, hospitality...) and a specific company/brand operating in this industry in Portugal; 2) Present the industry and the company/brand, using available data (e.g., books, press articles, company's website) and the interview of a key executive with a strategy or marketing position, involved in the company/brand management and/or distribution; 3) Explore the challenges and opportunities of managing, distributing and/or importing luxury brands, products or services in Portugal, within the context of the selected specific industry.

Among other challenges, this project is intended to help students: • Learn how to use and articulate the main concepts of the luxury sector; • Train how to confront opinions on this field with experts; • Gain knowledge and experience on the luxury sector in Portugal. Instructors are available to help students to select the industry and case and meet the teams over the Course. The final works are submitted and presented (in groups) to a panel of luxury experts.

3.2.9. Bibliografia de consulta / existencia obrigatória:

Main bibliography: KAPFERER, Jean-Noël & BASTIEN, Vincent The luxury strategy – Break the rules of Marketing to build luxury brands, Second Edition, 2012, Kogan Page. Additional bibliography: CHEVALIER, Michel & MAZZALOVO, Gerald, Luxury Brand Management – A world of privilege, Second Edition, 2012, Wiley. CHEVALIER, Michel & GUTSATZ, Michel, Luxury Retail Management – How the World's Top Brands Provide Quality Product & Service Support, 2012, Wiley. CHADHA, Radha & HUSBAND, Paul, The Cult of the Luxury Brand: Inside Asia's Love Affair with Luxury, 2006, Nicholas Brealey International. LIPOVETSKY, Gilles & ROUX, Elyette, O LUXO ETERNO - Da idade do sagrado ao tempo das marcas, 2005, Companhia das Letras.

Mapa III - GESTÃO DA MUDANÇA / CHANGE MANAGEMENT: MANAGING THE HUMAN SIDE OF CHANGE

3.2.1. Unidade curricular:

GESTÃO DA MUDANÇA / CHANGE MANAGEMENT: MANAGING THE HUMAN SIDE OF CHANGE

3.2.2. Docente responsável (preencher o nome completo) e respetivas horas de contacto na unidade curricular:

Paulo Lopes-18H

3.2.3. Outros docentes e respetivas horas de contacto na unidade curricular:

<sem resposta>

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

Após a conclusão deste curso o aluno deve ser capaz de: A.: • Reconhecer os erros comuns e práticas eficazes para gerir a parte humana da mudança • Compreender a dinâmica da liderança B: • Compreender as motivações humanas no contexto da mudança organizacional • Analisar os pros e contras de diferentes formas de influenciar os outros, de modo a trazer a mudança • Aplicar inteligência emocional para a mudança organizacional C. • Desenvolver um estilo de liderança que promova a participação, fortalecimento e envolvimento • Desenvolver hábitos de reflexão de grupo.

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

On completion of this course a student should be able to: A. Knowledge and Understanding: • Recognize common pitfalls and effective practices in managing the human side of change • Understand the dynamics of transformational leadership B. Subject-Specific Skills: • Understand human motivations in the context of organizational change • Analyze the pros of cons of different ways to influence others so as to bring about change • Apply emotional intelligence to organizational change C. General Skills: • Foster open communication and fruitful debate in a group • Develop a leadership style that fosters involvement, engagement and empowerment • Develop habits of reflective practice in a group.

3.2.5. Conteúdos programáticos:

CONTEÚDO DO CURSO • Potenciadores e obstáculos à mudança individual, equipa ou organizacional • Alinhar pessoas e estratégia • Gerar energia positiva para a mudança • Comunicar por forma a criar um sentimento de urgência • Fomentar a participação e fortalecimento • Gerir a resistência à mudança • Liderança transformacional

3.2.5. Syllabus:

COURSE CONTENT • Obstacles and enhancers to change among individuals, groups or organizational • Aligning people and strategy • Generating positive energy for change • Communicate so that you to create a sense of urgency •

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

A partir do programa: Num mundo em rápida mudança, o sucesso depende da capacidade dos líderes para gerir os processos de mudança de forma eficaz. Muitas iniciativas de mudança organizacional falham, não porque a direcção ou o conjunto de estratégia estejam erradas, mas sim porque as pessoas que mantêm a organização não aderem à iniciativa totalmente. Estas iniciativas implicam a mudança de hábitos arraigados, incluindo a forma como as pessoas pensam e se comportam no trabalho. No entanto, os gestores muitas vezes negligenciam o lado humano da mudança. Para fazer as pessoas sentirem a necessidade de mudança é crucial envolvê-los na iniciativa para que eles a sintam como sua. Este curso irá ajudar os alunos a absorver os princípios-chave e identificar as melhores práticas na gestão do lado humano dos processos de mudança - ao nível da organização individual, da equipa, e irá preparar os alunos para analisar os prós e contras de diferentes formas de liderança, gestão e influência de pessoas no contexto de mudança. O curso irá preparar os alunos por forma a que envolvam as pessoas em iniciativas de mudança, por forma a gerar energia positiva e utilizar todo o conhecimento, a experiência e a inteligência disponível na sua equipa ou organização. Directa e indirectamente, este curso também pode ajudar a desenvolver capacidades de liderança emocionais, bem como a capacidade para comunicar de forma eficaz, motivar e influenciar os outros.

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

From the syllabus: In a world of rapid change, success depends on leaders' capacity to manage change processes effectively. Many organizational change initiatives fail, not because the direction or strategy set are wrong, but rather because the people who keep the organization going have not adhered to the initiative fully. These initiatives entail changing ingrained habits, including the way people think and behave at work. Yet, managers often neglect the human side of change. It is crucial to make people feel the need for change and to involve them in the initiative so that they will view it as their own. This course will help you to absorb key principles and identify best practices in managing the human side of change processes - at the individual, team, and organizational levels. It will train you to analyze the pros and cons of different ways of leading, managing and influencing people in the context of change. It will prepare you to engage people in change initiatives, so as to generate positive energy and use all the knowledge, experience and brainpower available in your team or organization. Directly and indirectly, this course can also help you to develop leadership and emotional skills, as well as your capability to communicate effectively, motivate and influence others.

3.2.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

As aulas vão enfatizar discussões de casos. Estes irão abranger os casos escritos que os alunos tem de ler e prepararam com antecedência, bem como casos apresentados pelos alunos em sala de aula, com base na sua experiência anterior ou com base nos desafios que eles enfrentam actualmente. Análise em grupo e discussão aberta dos desafios actuais, serão utilizados como exercício experimental para treinar as capacidades de entendimento. A discussão de casos e a partilha de experiências pessoais e profissionais serão complementados com leituras ocasionais, vídeos e exercícios. A avaliação será baseada no relatório final (100%).

3.2.7. Teaching methodologies (including assessment):

TEACHING AND LEARNING METHODS Classes will emphasize case discussions. These will cover written cases that students have read and prepared in advance, as well as cases presented by students in class, based on their previous experience or on challenges that they are currently facing. The process of engaging a group in an open discussion and analysis of current challenges will be used as an experiential exercise to train facilitation skills. Case discussion and the sharing of personal and professional experiences will be complemented with occasional lecturing, videos and exercises. Assessment will be based exclusively on a written report (100%).

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

Participação de Classe A nota de participação em aula é baseada na qualidade das suas contribuições para as discussões em classe, bem como frequência das aulas. Em grande medida, os alunos serão avaliados na medida em que ajudam os seus colegas a aprender com eles. Contribuições de qualidade incluem, entre outras coisas: (1) observações perspicazes ou recomendações de acção com base na experiência profissional ou pessoal; (2) breves histórias e exemplos que podem ajudar as pessoas a entender ou aplicar as ideias e estratégias discutidas em sala de aula; (3) apresentação e / ou discussão de desafios com base em sua experiência de trabalho; (4) análise criteriosa dos casos e críticas de leituras, pesquisa e teoria; e (5) Comentários integradores e perguntas pertinentes. Preparação e pontualidade são esperados em todos os momentos. Discussões em classe só pode ser boa com preparação. Relatório Principais Tópicos: São incentivados a discutir um desafio que está enfrentando actualmente, relacionado com a gestão de pessoas no contexto de mudança. Use esta tarefa como uma oportunidade para reflectir sobre este desafio e para explorar um problema específico em profundidade. Alternativamente, também se pode discutir uma iniciativa de mudança que a organização está a atravessar actualmente, ou uma experiência de mudança organizacional que o aluno passou ou testemunhou no passado. Objectivos e critérios de classificação: O aluno deve escrever um relatório envolvente e convincente, que reflecta o seu próprio pensamento e experiência, e dar conteúdo a ideias originais. O papel do aluno será avaliado com base na qualidade, originalidade e relevância de suas análises e ideias. O aluno deve identificar as causas do problema e definir um conjunto de soluções ou maneiras de lidar com o problema. Em seguida, deve explorar o problema e encontrar a sua solução. Em outras palavras, ir para a profundidade ao invés de largura. O aluno deve concentrar-se num aspecto de um desafio mais amplo e explorá-lo em profundidade, em vez de tocar em uma série de questões ou aspectos do problema superficialmente. A ênfase deve estar em análise, em vez de descrição. Se o aluno estiver preocupado com a resistência à mudança, deverá considerar os interesses e pontos de vista daqueles que o aluno procurar influenciar. Deve também ir além do que os outros escreveram, oferecendo insights e recomendações que não puderam ser encontrados em livros ou artigos existentes. As ideias inovadoras a partir da qual outros gestores ou profissionais possam aprender são particularmente valorizados. O aluno deve reconhecer as ideias dos outros, citando as suas fontes.

Leitura adicional: Está prevista ler e citar pelo menos três artigos, capítulos ou livros não listados como leitura obrigatória para este curso....

3.2.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

Class Participation The grade for class participation is based on the quality of your contributions to class discussions as well as class attendance. To a large extent, you will be evaluated on the extent to which you help your colleagues to learn from you. Quality contributions include, among other things: (1) insightful observations or action recommendations based on professional or personal experience; (2) brief stories and examples that might help people to understand or apply the ideas and strategies discussed in class; (3) presentation and/or discussion of challenges based on your work experience; (4) insightful analysis of cases and critiques of readings, research, and theory; and (5) integrative comments and thought-provoking questions. Preparation and punctuality are expected at all times. Class discussions can only be as good as our mutual preparation. To ensure that you receive credit for your contributions, please display your name label at all times during class. Main report Topics: You are encouraged to discuss a challenge that you are currently facing, related to managing people in the context of change. Use this assignment as an opportunity to reflect upon this challenge and to explore one specific issue in depth. Alternatively, you could also discuss a change initiative that your organization is currently going through, or an experience of organizational change that you went through or witnessed in the past. Goals, focus, and grading criteria: You should write an engaging and persuasive report, reflecting your own thinking and experience, and fleshing out original insights. Your paper will be graded based on the quality, depth, originality and relevance of your analyses and ideas. Identify the causes of the problem and outline a set of solutions or ways to address the problem. Then, explore one issue, solution, or aspect of the problem in depth. In other words, go for depth rather than breadth. Focus on one aspect of a broader challenge and explore it in depth rather than touch on a number of issues or aspects of the problem superficially. The emphasis should be on analysis rather than description. If you are concerned about resistance to change, consider the interests and views of those you seek to influence. You should go beyond what others have written, offering insights and recommendations that could not be found in extant books or articles. Novel insights from which other managers or professionals might learn are particularly valued. Make your original contribution clear. Acknowledge others' ideas, citing your sources. Additional reading: You are expected to read and cite at least three articles, chapters or books not listed as required reading for this course. Link these texts explicitly to your analysis or argument, citing them to support some of your points., etc..

3.2.9. Bibliografia de consulta / existencia obrigatória:

Beer, M., & Nohria, N. (2000). Cracking the code of change. Harvard Business Review, 78 (3), 133-141. Beer, M. (2009). High commitment, high performance: How to build a resilient organization for sustained advantage. San Francisco: Jossey-Bass. Brockner, J. (2006, March). Why it's so hard to be fair. Harvard Business Review. Bunker, B., & Alban, B. (1997). Large group intervention. San Francisco, CA: Jossey-Bass. Burke, W. W., Lake, D. G., & Paine, J. W. (Eds.) (2009). Organization change: A comprehensive reader. San Francisco, CA: John Wiley & Sons. Bushe, G. R., & Kassam, A. F. (2005). When is Appreciative Inquiry transformational?: A meta-case analysis. The Journal of Applied Behavioral Science, 41(2), 161-181. Cooperrider, D. L., & Whitney, D. (2005). Appreciative inquiry: A positive revolution in change. San Francisco, CA: Berrett-Koehler Publishers. Gallos, J. V. (Ed.). (2006). Organization development: A Jossey-Bass reader. San Francisco, CA: Jossey-Bass. Harmon, P. (2014). etc

Mapa III - LIDERANÇA / ENACTING LEADERSHIP: Shakespeare and Performance

3.2.1. Unidade curricular:

LIDERANÇA / ENACTING LEADERSHIP: Shakespeare and Performance

3.2.2. Docente responsável (preencher o nome completo) e respetivas horas de contacto na unidade curricular:

Christine Kelly - 12h

3.2.3. Outros docentes e respetivas horas de contacto na unidade curricular:

<sem resposta>

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

A) Conhecer e Compreender: a ligação entre comunicação e liderança; Análisar comportamentos de liderança e sua abordagem; Compreender o teatro Isabelino. B) Competências específicas: projecção da voz; Gerir um desempenho com impacto; Refletir sobre seu próprio estilo de liderança e habilidades; Praticar diferentes estilos de comunicação. C) Competências gerais: trabalhar em grupo; Trabalhar sob pressão; Comunicação eficaz.

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

A) Knowledge and Understanding: connecting communication and leadership; analyzing leadership approaches and behavior; understanding Elizabethan theater. B) Subject-Specific Skills: projecting the voice; managing an impactful performance; reflecting on own leadership style and abilities; practicing different communication styles. C) General skills: working close with team; working under pressure; communicating effectively.

3.2.5. Conteúdos programáticos:

Neste workshop experiencial, os alunos usarão o teatro e a actuação para praticar uma comunicação eficaz e refletir sobre os diferentes estilos e comportamentos de liderança. Os tópicos incluem:

*Explorar e reflectir sobre o seu estilo de liderança, presença e pontos fortes.
Práticas de respiração e exercícios de voz, a fim de melhorar a projeção de voz e a sua clareza.
Colaborar e criar um desempenho para um fórum público.
Aprenda como controlar o stress da performance / falar em público.*

3.2.5. Syllabus:

*In this experiential workshop, students will use theater and acting to practice effective communication and reflect on different leadership styles and behaviors. Topics include:
Explore and reflect on your leadership style, presence, and strengths.
Practice breath and voice exercises in order to improve voice projection and clarity.
Collaboratively create a performance in a public forum.
Learn how to manage stress when performing/speaking in public.*

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

Os tópicos do programa incluem refletir sobre a liderança, usando respiração e voz para comunicar melhor, gerir um desempenho no palco, e falar em público. Esses tópicos foram concebidos por forma a abordar os principais objetivos de aprendizagem, referidos acima e relacionados a: estilos de liderança, comunicação eficaz e trabalhar em equipa para criar uma apresentação / desempenho com impacto.

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

The topics in the syllabus include reflecting on leadership, using breath and voice to communicate better, managing a stage performance, and speaking in public. These topics have been designed to address the major learning objectives, shown above and relating to: leadership styles, effective communication, and working in a team to create an impactful presentation/performance.

3.2.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

As metodologias de ensino incluem reflexões pessoais, debates de grupo, exercícios de grupo, ensaios individuais e de grupo de cenas, e participação em uma performance criativa. Avaliação: Aprovado/Não Aprovado

3.2.7. Teaching methodologies (including assessment):

The teaching methodologies include personal reflections, group discussions, group exercises, individual and group rehearsal of scenes, and participating of a creative performance. Assessment: Approved/Not Approved.

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

As metodologias de ensino incluem reflexões pessoais, discussões de grupo, exercícios de grupo, ensaios individuais e de grupo de cenas, e participação de um desempenho criativo. Esses tópicos foram projetados para abordar os principais objetivos de aprendizagem, mostrados acima e relacionados: estilos de liderança, comunicação eficaz e trabalho em equipa para criar uma apresentação / performance impactante.

3.2.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The teaching methodologies include personal reflections, group discussions, group exercises, individual and group rehearsal of scenes, and participating of a creative performance. These topics have been designed to address the major learning objectives, shown above and relating to: leadership styles, effective communication, and working in a team to create an impactful presentation/performance.

3.2.9. Bibliografia de consulta / existencia obrigatória:

na

Mapa III - LEGISLAÇÃO E ÉTICA / GLOBAL COMPLIANCE AND ETHICAL ISSUES – THE LAW MODULE

3.2.1. Unidade curricular:

LEGISLAÇÃO E ÉTICA / GLOBAL COMPLIANCE AND ETHICAL ISSUES – THE LAW MODULE

3.2.2. Docente responsável (preencher o nome completo) e respetivas horas de contacto na unidade curricular:

John Akula - 18h

3.2.3. Outros docentes e respetivas horas de contacto na unidade curricular:

Leigh G. Hafrey - 18h

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

A) Conhecer e compreender: liderança; Decisões éticas; Relacionamento negócios com política e sociedade civil. B) Competências Específicas: refletir sobre tipos alternativos de liderança; Tomar decisões éticas. C) Competências gerais: debate de questões políticas e éticas; Análise de textos; Propor recomendações políticas.

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

A) Knowledge and Understanding: leadership; ethical decisions; relating business to politics and civil society. B) Subject-Specific Skills: reflecting on alternative types of leadership; making ethical decisions. C) General skills: debating political and ethical issues; analyzing texts; proposing policy recommendations.

3.2.5. Conteúdos programáticos:

Os temas são:

- Compreender os modelos e o papel de liderança*
- Relacionar práticas de negócio com políticas públicas*
- Tomar decisões éticas*

3.2.5. Syllabus:

The topics are:

- Understanding leadership models and roles*
- Relating business practice to public policies*
- Making ethical decisions*

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

Os tópicos do programa incluem a compreensão de modelos e papéis de liderança, relacionando práticas de negócios com políticas públicas e tomada de decisões éticas. Os tópicos foram concebidos para abordar os principais objetivos da aprendizagem, referidos acima e relacionados a: liderança, decisões éticas e a relação do negócio com a política e a sociedade civil.

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

The topics in the syllabus include understanding leadership models and roles, relating business practices to public policies, and making ethical decisions. These topics have been designed to address the major learning objectives, shown above and relating to: leadership, ethical decisions, and the relationship of business to politics and civil society.

3.2.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

As metodologias de ensino incluem palestras, análise escrita e casos interativos; Trabalho escrito, apresentações em grupo e exercícios práticos, a avaliação é feita através de trabalhos de grupo, participação na classe (JA) 20%, exercício escrito 30%, ensaio inicial 10%, participação na aula (LH) 20% e reflexão final 20 %.

3.2.7. Teaching methodologies (including assessment):

The teaching methodologies include lectures, written analysis, and interactive cases; written work, group presentations, and practical exercises and the assessment is through group work, class participation (JA) 20%, in class written exercise 30%, Initial essay 10%, class participation (LH) 20%, and final reflection paper 20%.

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

As metodologias de ensino incluem palestras, análise escrita e casos interativos; Trabalho escrito, apresentações em grupo e exercícios práticos, a avaliação é feita através de trabalhos de grupo, participação na aula e exame final. Os tópicos foram concebidos para abordar os principais objetivos da aprendizagem, referidos acima e relacionados a: liderança, decisões éticas e a relação do negócio com a política e a sociedade civil.

3.2.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The teaching methodologies include lectures, written analysis, and interactive cases; written work, group presentations, and practical exercises and the assessment is through group work, class participation, and final exam. These topics have been designed to address the major learning objectives, shown above and relating to: leadership, ethical decisions, and the relationship of business to politics and civil society.

3.2.9. Bibliografia de consulta / existencia obrigatória:

n.a

Mapa III - INOVAÇÃO TECNOLÓGICA E EMPREENDEDORISMO / MANAGING TECHNOLOGICAL INNOVATION AND ENTREPRENEURSHIP**3.2.1. Unidade curricular:**

INOVAÇÃO TECNOLÓGICA E EMPREENDEDORISMO / MANAGING TECHNOLOGICAL INNOVATION AND ENTREPRENEURSHIP

3.2.2. Docente responsável (preencher o nome completo) e respetivas horas de contacto na unidade curricular:

Catherine Tucker - 18h

3.2.3. Outros docentes e respetivas horas de contacto na unidade curricular:*Pierre Azoulay - 18h***3.2.4. Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):**

A) Conhecimento e compreensão: compreender como o comportamento do consumidor influencia o processo de inovação; Reconhecer a importância das estratégias, processos e gestão organizacional em promover ou minar a inovação. B) Competências Específicas: Obter e analisar dados de mercado e de usuários para desenvolver produtos e serviços inovadores. C) Competências gerais: Desenvolver e defender recomendações estratégicas, especialmente em equipas; Usar análise de dados e pensamento estratégico para vender uma abordagem à inovação.

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

A) Knowledge and Understanding: understand how consumer behavior should influence the innovation process; recognize the importance of strategies, processes, and organizational management in promoting or undermining innovation. B) Subject-Specific Skills: Obtain and analyze market and user data in order to develop innovative products and services. C) General skills: Develop and defend strategic recommendations, especially in teams; use data analysis and strategic thinking to sell an approach to innovation.

3.2.5. Conteúdos programáticos:*Lista de tópicos abordados no curso:*

- *Análise de Clientes e de inovação*
- *Estratégia Empresarial “Roadblocks”*
- *Extrair valor da Inovação Tecnológica*
- *Criação de ecossistemas de Clientes*
- *Extrair valor de ecossistemas de inovação do cliente*
- *Análise de Roturas*
- *Estratégias Abastecimento*
- *Ecossistemas inovação na estratégia competitiva e de clientes*
- *Fazer uma estratégia disruptiva Trabalho*
- *Carteiras de Desenvolvimento para gestão de produto*

3.2.5. Syllabus:*The topics covered in the course include:*

- *Customer analysis and innovation strategy*
- *Entrepreneurial roadblocks strategy*
- *Capturing value from technological innovation*
- *Creating customer ecosystems*
- *Extracting value from customer innovation ecosystems*
- *Thinking clearly about disruption*
- *Supply chain strategies*
- *Competitive strategy and customer innovation ecosystems*
- *Making a disruptive strategy work*
- *Managing product development portfolios*

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

Os tópicos no plano de estudos incluem capturar o valor da inovação tecnológica e estratégias disruptivas, criando inovação para satisfazer as necessidades dos clientes,

Os tópicos do programa incluem a captura de valor da inovação tecnológica e estratégias disruptivas, criando inovação para atender às necessidades do cliente e usando estratégias arquitetônicas para se tornar líderes de plataformas. Esses tópicos foram concebidos por forma a abranger os principais objetivos de aprendizagem, referidos acima e relacionados com: compreender a importância do comportamento, estratégias, comportamento e gestão do consumidor no processo de inovação; Utilizar dados de mercado e de dos utilizadores para desenvolver produtos e serviços inovadores; Através da análise de dados e do pensamento estratégico vender recomendações relativas com à inovação.

3.2.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit’s intended learning outcomes:

The topics in the syllabus include capturing value from technological innovation and disruptive strategies, creating innovation to address customer needs, and using architectural strategies to become platform leaders. These topics have been designed to address the major learning objectives, shown above and relating to: understanding the importance of consumer behavior, strategies, behavior, and management in the innovation process; using market and user data in order to develop innovative products and services; and, using data analysis and strategic thinking to sell recommendations relating to innovation.

3.2.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

As metodologias de ensino incluem palestras, discussão em sala de aula, projetos e apresentações, incluindo avaliação através de participação em aula, memorandos escritos, projeto escrito e apresentação em grupo de um portfólio de projetos propostos.

3.2.7. Teaching methodologies (including assessment):

The teaching methodologies include lectures, class discussion, projects, and presentations, including assessment via class participation, written memos, written project, and group presentation of a proposed project portfolio.

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

As metodologias de ensino incluem palestras, discussões em sala de aula, projectos e apresentações, e avaliação da participação na aula, memorandos escritos, projecto escrito, e apresentação em grupo de um portfólio de projectos propostos. Estas metodologias foram concebidas para abordar os principais objectivos de aprendizagem, apresentados acima, e para proporcionar uma introdução prática e actualizada: a compreensão do comportamento do consumidor; Apreciar a importância das estratégias, comportamentos e gestão no processo de inovação; Utilizar dados de mercado e de utilizadores para desenvolver produtos e serviços inovadores e para vender recomendações relacionadas com a inovação.

3.2.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The teaching methodologies include lectures, class discussion, projects, and presentations, including assessment via class participation, written memos, written project, and group presentation of a proposed project portfolio. These methodologies have been designed to address the major learning objectives, shown above, and to provide a practical, and up-to-date introduction to: understanding consumer behavior; appreciating importance of strategies, behavior, and management in the innovation process; using market and user data to develop innovative products and services, and to sell recommendations relating to innovation.

3.2.9. Bibliografia de consulta / existencia obrigatória:

**Gans, Joshua And Stern, Scott. "The Product Market And the Market For Ideas: Commercialization Strategies For Technology Entrepreneurs." Research Policy, 32(2), pp.333---350, 2003.*

**Gans, J., Murray, F., And S. Stern (2014). "Choosing An Entrepreneurial Strategy" mimeo, MIT Sloan School.*

Mapa III - PROCESSOS ORGANIZACIONAIS / ORGANIZATIONAL PROCESSES**3.2.1. Unidade curricular:**

PROCESSOS ORGANIZACIONAIS / ORGANIZATIONAL PROCESSES

3.2.2. Docente responsável (preencher o nome completo) e respetivas horas de contacto na unidade curricular:

Roberto M. Fernandez - 18h

3.2.3. Outros docentes e respetivas horas de contacto na unidade curricular:

<sem resposta>

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

A) Conhecimento e compreensão: Perspectivas Estratégias,culturais e políticas nas organizações. B) Competências específicas: Aplicando a diferentes exemplos três lentes nas organizações, reconhecendo os atalhes individuais da tomada de decisões e os seus erros. C) Competências gerais: análise de organizações, propondo soluções para um caso de negócio complexo.

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

A) Knowledge and Understanding: strategic, cultural, and political perspectives on organizations. B) Subject-Specific Skills: applying three lenses on organizations to different examples, recognizing individual decision making shortcuts and errors. C) General skills: analyzing organizations, proposing solutions to a complex business case.

3.2.5. Conteúdos programáticos:

O objetivo é aumentar o conhecimento das influências sociais e individuais que operam em ambientes organizacionais para que eles se tornam mais visíveis e mais compreensíveis Analisar as questões individuais e do grupo do pontos de vista organizacional e encontrar modos de pensamento de várias perspectivas analíticas - ou seja, a conceção estratégica, a política e a perspectiva cultural.

3.2.5. Syllabus:

The topics are:

-Individual and social influences on organizations

-Strategic design of organizations

-Cultural perspectives on organizations

-Political perspectives on organizations

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

Os tópicos no plano de estudos incluem o design estratégico, cultural, perspectivas políticas sobre as organizações e tomadas de decisões preconceituosas por parte dos individuos . Estes tópicos foram projectados por forma a abordar

os principais objectivos de aprendizagem, referidos acima, relacionados à análise de organizações usando três lentes diferentes, reconhecendo atalhos e erros no processo de decisões individuais e propondo soluções para um caso de negócios complexo.

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

The topics in the syllabus include the strategic design, cultural, and political perspectives on organizations and individual decision making biases. These topics have been designed to address the major learning objectives, shown above and relating to analyzing organizations using three different lenses, recognizing individual decision making shortcuts and errors, and proposing solutions to a complex business case.

3.2.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Aulas, análise escrita e interactiva de casos, trabalhos escritos ; apresentações de grupo, exercicios práticos. Avaliação: trabalho de grupo: 50% e participação nas aulas: 50%.

3.2.7. Teaching methodologies (including assessment):

The teaching methodologies include lectures, interactive cases, written analysis, group presentations, and practical exercises and the assessment is through group work: 50 % and class participation: 50%.

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

As metodologias de ensino incluem palestras, casos interactivos, análise escrita, apresentações em grupo e exercicios práticos, a avaliação é através de trabalho em grupo, participação nas aulas e exame final. Estes tópicos foram desenhados por a abranger os principais objectivos de aprendizagem, referidos em cima e relacionados à análise de organizações usando três lentes diferentes, reconhecendo atalhos e erros no processo de decisões individuais e propondo soluções para um caso de negócios complexo.

3.2.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The teaching methodologies include lectures, interactive cases, written analysis, group presentations, and practical exercises and the assessment is through group work, class participation, and final exam. These topics have been designed to address the major learning objectives, shown above and relating to analyzing organizations using three different lenses, recognizing individual decision making shortcuts and errors, and proposing solutions to a complex business case.

3.2.9. Bibliografia de consulta / existencia obrigatória:

Past the Tipping Point: The Persistence of Firefighting in Product Development." California Management Review 43:44-63.
Hammond et al. 2006. "The Hidden Traps in Decision Making." Harvard Business Review (Jan.):1-9.
Pfeffer, Jeffrey. 1998. "Six Dangerous Myths About Pay," Harvard Business Review, 76 (May-June), 108-119.
Van Maanen, 2005. "Cultural Lens" and "Political Lens" From "Three Perspectives on Organizations" Module 2 of Managing for the Future. Southwestern Publishing.
Hsieh, Tony, 2010. "Zappos's CEO on Going to Extremes for Customers." Harvard Business Review (July-August): 1-5.

Mapa III - CAPITAL EM MERCADOS GLOBAIS / RAISING CAPITAL IN GLOBAL MARKETS

3.2.1. Unidade curricular:

CAPITAL EM MERCADOS GLOBAIS / RAISING CAPITAL IN GLOBAL MARKETS

3.2.2. Docente responsável (preencher o nome completo) e respetivas horas de contacto na unidade curricular:

Duarte Pitta Ferraz – 18h

3.2.3. Outros docentes e respetivas horas de contacto na unidade curricular:

<sem resposta>

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

Ao concluir a cadeira, o estudante deverá: compreender o impacto da crise financeira nas empresas de 'alteração do paradigma'; aprender os diferentes tipos de produtos de crédito e a escolher o mais adequado às necessidades e familiarizar-se com organizações bancárias, as suas práticas e instrumentos financeiros. Deverá também compreender o sistema financeiro global, o seu enquadramento e a sua rede; definir a literatura relevante para se manter ao corrente dos mercados financeiros e eventos económicos; compreender as necessidades destas empresas e as restrições financeiras do sistema bancário e ganhar sensibilidade para a importância de construir relacionamento com as instituições financeiras. Deve também aprender como aumentar, gerir e controlar o risco sobre liquidez, capital e dívida, nomeadamente na sua disponibilidade, como e quando aumentar, bem como antecipar as situações que requerem medidas atempadas de forma a evitar limitações financeiras;

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

- A. 1-Understand the impact of the financial crisis in enterprises of the 'change of paradigm'
 2-Understand the types of [credit] products and learn to determine the most adequate to the collateral issues
 3-Become familiar with banking organizations,
 B.1.Understand the global financial system framework and its network
 2.Define the relevant literature to be aware of financial markets and economic events
 3.Gain understanding to the needs of their enterprises, and financing restrictions of the banking system
 4.Become sensitive to relationship building with financial institutions
 C. 1.Gain knowledge how to raise, manage, and control risk over liquidity, capital, and debt, how and when to rise, as well as anticipate situations that would require timely measures to avoid financial constraints
 2.Gain skills and arguments to help the negotiation with banks
 3.Take a 'critical stance' in the planning, development, and discussion of projects to be presented to financial institutions

3.2.5. Conteúdos programáticos:

Os principais tópicos dos 'CP - Conteúdos Programáticos' são:

- 1- Sistema global financeiro
- 2- Instrumentos financeiros
- 3- Bancos
- 4- Financiamento de Projectos
- 5- Mercados monetários e de títulos
- 6- Material Sugerido

3.2.5. Syllabus:

The main topics covered in the course are:

- 1- Global financial system
- 2- Financial instruments
- 3- Banks
- 4- Project Finance
- 5- Money and bond markets
- 6- My bookmarks

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

As aulas serão teórico-práticas com o objetivo de apresentar os conceitos fundamentais e mostrar e analisar exemplos concretos de realidades distintas e semelhantes, permitindo a sua análise e discussão simultânea. Ao longo das aulas os alunos e professor, de forma interativa, irão adquirindo os conhecimentos esclarecendo dúvidas e desenvolvendo as competências que permitam formular e discutir uma visão dos pontos relevantes da matéria científica.

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

Classes are theoretical-practical with the goal to present the fundamental concepts and analyze concrete examples of both similar and different realities, allowing to analyze and discuss them simultaneously. During the classes, students and the professor, interactively, will acquire knowledge by clarifying doubts and developing the skills that allow formulating and discussing an understanding of the relevant topics of the subject.

3.2.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

No Curso, os alunos deverão adquirir e desenvolver competência cognitivas, de análise e síntese, investigação crítica e de autocrítica, dentro dos objetivos do Curso e dos objetivos de aprendizagem especificados atrás. Para adquirirem essas competências, haverá horas de contactos em sala, uma série de formas de ensino que incluem aulas teóricas, teórico-práticas e apresentações em sala, com o objetivo de que os Alunos dominem e se familiarizem com as matérias. O Programa inclui ainda 3 Oradores Convidados com elevada experiência em banca: 2 CEO, 1 diretor geral para discutirem em termos práticos temas sobre financiamento nos mercados de capital e de private equity.

Avaliação:

- Take-Home Exam: 70% de peso, preparado pelo Aluno no computador, podendo aceder a qualquer fonte de informação.
- Trabalho Individual: 30% de peso, sobre um tópico de Ética nos mercados financeiros ou sobre um tema em particular que o Aluno deseje investigar relacionado com o seu trabalho profissional.

3.2.7. Teaching methodologies (including assessment):

During the Curricular unit the student must acquire and develop cognitive, analysis and synthesis, research, critical and self-critical, in the scope of this learning unit and in compliance with the objectives defined. For the acquisition of those competences, will be the contact hours of this learning unit in classes, a range of teaching methods that includes theoretical, and theoretic-practical discussions that, in an articulated manner, allow the mastering of the above competences. The programme also includes 3 Guest Speakers highly experienced in banking: 2 CEO, 1 managing director to discuss global banking and capital raising, capital markets and private equity.

Assessment:

- Take-Home Exam: 70% weighting, prepared by the Student in his/her computer, being allowed to access Internet and physical sources of information.
- Individual Work: 30% weighting for individual work about Ethics in the financial markets or about a particular aspect/topic the Student wishes to research

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

As aulas terão uma componente teórico-prática, tendo em vista a apresentação aos alunos de conceitos teóricos fundamentais, bem como envolver a discussão e análise de exemplos específicos de situações variadas e semelhantes, com vista à aplicação prática.

3.2.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The classes will have theoretical and practical components, with the objective of presenting the Students with the fundamental theoretical concepts, as well as analyse and discuss specific examples of distinct and similar situations, allowing for its application in practice.

3.2.9. Bibliografia de consulta / existencia obrigatória:

Main:

- Duarte Pitta Ferraz, 2014. *Manual with the Course slides for all Course*
- Valdez, S., and Molyneux, P., 2013. *An Introduction to Global Financial Markets. Sixth edition. U.K.: Palgrave Macmillan.*

Complement:

- Heffernan, S., 2012. *Modern Banking. Hoboken, N.J.: John Wiley & Sons, Ltd.*
- Scott-Quinn, B., 2012. *Commercial and Investment Banking and the International Credit and Capital Markets: a Guide to the Global Finance Industry and its Governance. NY, NY: Palgrave-MacMillan.*
- Mishkin, F., S., 2013. *The economics of money, banking and financial markets. Tenth edition. Reading, Mass.: Addison-Wesley.*
- Law, J., 2008. *A Dictionary of Finance and Banking. Fourth edition. N.Y., N.Y.: Oxford University Press.*

Mapa III - ESTUDOS DE MERCADO / MARKET RESEARCH**3.2.1. Unidade curricular:**

ESTUDOS DE MERCADO / MARKET RESEARCH

3.2.2. Docente responsável (preencher o nome completo) e respetivas horas de contacto na unidade curricular:

CATHERINE DA SILVEIRA - 18H

3.2.3. Outros docentes e respetivas horas de contacto na unidade curricular:

<sem resposta>

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

- A. Desenvolver a capacidade de estruturar um problema de gestão e desenvolver e avaliar soluções alternativas para a resolução do mesmo. Entender e saber aplicar os principais métodos e técnicas de pesquisa de marketing, sendo capaz de usar os mesmos para resolver problemas particulares de pesquisa*
Desenvolver a capacidade de seleccionar o projeto de pesquisa apropriado e o método de pesquisa que deve ser usado para um determinado problema de pesquisa, desenvolver a capacidade de seleccionar e usar ferramentas estatísticas apropriadas na análise de dados para problemas de gestão
B. Elaborar um projeto de marketing "real", envolvendo o uso de técnicas qualitativas e quantitativas. Avaliar criticamente e interpretar os resultados das pesquisas de Marketing onde são empregues métodos complexos de design de pesquisa
C. Desenvolver a capacidade de planear, organizar e colaborar em grupos de trabalho, Desenvolver a capacidade de preparar e entregar apresentações orais e relatórios escritos.

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

- A. Knowledge and Understanding: Develop capacity to structure a management problem, and develop and evaluate decision alternatives to its solution, Understand and know how to apply the main marketing research methods and techniques, being able to select the appropriate research design and research method(s) that should be used for a particular research problem, Develop capacity to select and use appropriate statistical tools in data analysis for solving management problems.*
B. Subject-Specific Skills: Prepare and elaborate a "real" marketing research project, involving the use of qualitative and quantitative techniques, Critically evaluate and correctly interpret the results of marketing research projects where more complex research designs and data analysis techniques are used.
C. General Skills: Develop capacity to plan, organize and collaborate within working groups, Develop the capacity to prepare and deliver oral presentations and written reports.

3.2.5. Conteúdos programáticos:

PARTE I: Definição de Problemas: Como formular o Problema de Pesquisa, o Processo de Pesquisa de Marketing e desenhar o processo de Pesquisa: Qual é o design de Pesquisa mais apropriado para cada problema de pesquisa?
PARTE II: Dados Secundários, Base metodológica de pesquisa Qualitativa e métodos, Processo de pesquisa qualitativa, Guia de Proposta e Entrevista, Técnicas de Análise de Conteúdo
PARTE III: Pesquisa, Medição e Dimensionamento, Design do questionário, Experimentação, uma Visão Geral dos problemas nas amostras

PARTE IV: Preparação de dados, Métodos básicos da análise de dados: Estatística descritiva e frequência de distribuição, "cross-tabs", testar hipóteses, Análise de Variância e Covariância, Regressão Linear e Logística, Técnicas de Interdependência: análise fatorial e análise de agrupamento
PARTE V: Preparação do Relatório

3.2.5. Syllabus:

PART I: Problem Definition: How to formulate the Research Problem, The Marketing Research Process, and Research Designs: Which Research Design is most appropriate for which Research Problem?
PART II: Secondary Data, Qualitative Research Methodological Basis and Methods, Qualitative Research Process, Proposal and Interview Guide, Content Analysis Techniques
PART III: Survey Research, Measurement and Scaling, Questionnaire Design, Experimentation, an Overview of Sampling Issues,
PART IV: Data Preparation, Basic Methods of Data Analysis: descriptive statistics and frequency distributions, cross-tabs, hypothesis testing, Analysis of Variance and Covariance, Linear and Logistic Regression, Interdependence Techniques: factor analysis and cluster analysis,
PART V: Report Preparation

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

A qualidade das decisões de Marketing depende em larga medida da informação que é disponibilizada aos tomadores de decisão sobre os consumidores, os mercados e os produtos relevantes. O objetivo principal deste curso é familiarizar os alunos com os instrumentos e técnicas que são comumente usados para produzir informações úteis para a tomada de decisões relacionadas ao marketing. O curso abrange as várias etapas do processo de pesquisa de marketing, desde a definição básica do problema de pesquisa até a apresentação dos resultados da pesquisa. Ele combina vários métodos de aprendizagem ativos, sendo o Projecto de Grupo o mais envolvente.

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

The quality of Marketing decisions largely depends on the information that is made available to decision makers about consumers, markets and relevant products. The main goal of this course is to familiarize students with the instruments and techniques that are commonly used for producing useful information for marketing-related decision making. The course covers the various stages of the marketing research process, from the basic definition of the research problem to the presentation of the research results. It combines several active learning methods, being the Group Team Project the most engaging one.

3.2.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

1. Projecto de equipa
2. Aulas teóricas e materiais didáticos;
3. Discussões de casos e na aula.

AVALIAÇÃO:

*Projecto de Grupo/ Apresentação: 60 % [50% Avaliação da equipa + 10 % Avaliação individual pelos pares],
 Exame Final 40%*

3.2.7. Teaching methodologies (including assessment):

1. Group Team project
2. Lectures and course materials;
3. Class and case discussions.

ASSESSMENT:

*Group Project/Presentation: 60 % [50% Team evaluation + 10 % Individual Peer evaluation],
 Final Exam 40%*

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

O curso oferece uma abordagem equilibrada à Pesquisa de Marketing, combinando Teoria - através de Palestras e materiais do curso - e Prática - através de um projeto de grupo, os professores acreditam que esta é a melhor maneira de entender os elementos essenciais ao Marketing.

Visão geral do projecto de equipa:

Será feito um projecto "real" com base em uma empresa cliente já existente. Por exemplo, em 2010/2011 o cliente foi SONAE SIERRA. Os alunos foram convidados (em um equipa 3 ou 4 pessoas) a desenvolver passo a passo um projecto de pesquisa relacionado com o "silver segment" em crescimento. O briefing foi dado na primeira aula pela empresa e os alunos apresentaram os insights aos gerentes na última aula.

3.2.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The Course offers a balanced approach to Marketing Research, combining Theory – through Lectures and course materials – and Practice – through the Group Team project, as Instructors believe that the best way to understand the essential elements of marketing research is by practicing

Overview of the Group Team project:

"Real" research project conducted for a "real" client company. For example, the 2010/2011 term's client was SONAE SIERRA. Students were asked (within a team of 3 or 4 people) to develop a research project step by step, related to the

growing “silver segment”. The briefing was communicated during the first class by the client company and the insights were presented by the students to the managers over the last class.

3.2.9. Bibliografia de consulta / existencia obrigatória:

The main textbook for the course is:

-Naresh Malhotra e David Birks (2007), “Marketing Research – An Applied Approach”, Third European Edition, Prentice Hall.

Various other textbooks can be used alternatively or complementarily. Two examples are:

- McDaniel, C. and R. Gates (2009), “Marketing Research”, 8th Edition, Wiley.

- Aaker, Kumar and Day (2007), “Marketing Research”, 9th Edition, Wiley.

Mapa III - INTELIGÊNCIA EMOCIONAL / MANAGEMENT AND EMOTIONAL INTELLIGENCE

3.2.1. Unidade curricular:

INTELIGÊNCIA EMOCIONAL / MANAGEMENT AND EMOTIONAL INTELLIGENCE

3.2.2. Docente responsável (preencher o nome completo) e respetivas horas de contacto na unidade curricular:

Paulo Lopes - 18h

3.2.3. Outros docentes e respetivas horas de contacto na unidade curricular:

<sem resposta>

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

Ao a concluir a cadeira, os estudantes deverão: estar mais conscientes e ter melhor conhecimento sobre a influência das emoções na maneira como as pessoas pensam, se comportam e comunicam; ter noção do impacto que as emoções têm nos outros; estar preparados para aplicar uma maior diversidade de estratégias de gestão de pessoas e emoções no trabalho, e para avaliar os custos e benefícios de diferentes estratégias no contexto de interações interpessoais e trabalho de equipa; estar mais preparados para argumentar e aprender sobre problemas emocionais e interpessoais que ainda não estão claramente definidos, aplicando um pensamento crítico e criativo no plano social e emocional, com o objectivo de obter uma aprendizagem contínua.

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

On Completion of this course students should: be more aware of and more knowledgeable about the influence of emotions on the way that people think, behave, and communicate; Be more aware of the impact that they have upon others, Be prepared to consider a broader range of strategies for managing people and emotions at work, and to evaluate the benefits and costs of different strategies, in the context of interpersonal interaction and teamwork; be better prepared to reason about and learn from ill-defined emotional and interpersonal problems, applying critical and creative thinking to the social and emotional realm for the purpose of lifelong learning.

3.2.5. Conteúdos programáticos:

Inteligência emocional, feedback e desenvolvimento profissional; Trabalho de equipa, comunicação e exercícios de coaching; Conversas complicadas: auto-gestão e gestão dos outros (discussão com base em desafios interpessoais e outros que os participantes possam estar a enfrentar).

3.2.5. Syllabus:

Emotional intelligence, feedback and professional development; Teamwork, communication and coaching exercises; Difficult conversations: Managing self and others (discussion based on interpersonal and other challenges that participants are facing).

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

O objectivo de aprendizagem “Estar mais conscientes e ter melhor conhecimento sobre a influência das emoções na maneira como as pessoas pensam, se comportam e comunicam; ter noção do impacto que as emoções têm nos outros” será abrangido pelo tópico “Inteligência emocional, feedback e desenvolvimento profissional”. Os objetivos de aprendizagem “Estar preparados para aplicar uma maior diversidade de estratégias de gestão de pessoas e emoções no trabalho, e para avaliar os custos e benefícios de diferentes estratégias no contexto de interações interpessoais e trabalho de equipa” e “Estar mais preparados para argumentar e aprender sobre problemas emocionais e interpessoais que ainda não estão claramente definidos, aplicando um pensamento crítico e criativo no plano social e emocional, com o objectivo de obter uma aprendizagem contínua” são abrangidos pelos tópicos “Conversas complicadas: auto-gestão e gestão dos outros (discussão com base em desafios interpessoais e outros que os participantes possam estar a enfrentar)”.

3.2.6. Evidence of the syllabus coherence with the curricular unit’s intended learning outcomes:

The learning outcomes be more aware of and more knowledgeable about the influence of emotions on the way that people think, behave, and communicate and be more aware of the impact that they have upon others are covered by the topic Emotional intelligence, feedback and professional development. The leaning outcomes Be prepared to

consider a broader range of strategies for managing people and emotions at work, an to evaluate the benefits and costs of different strategies, in the context of interpersonal interaction and teamwork; be better prepared to reason about and learn from ill-defined emotional and interpersonal problems, applying critical and creative thinking to the social and emotional realm for the purpose of lifelong learning are covered by the topics Difficult conversations: Managing self and others (discussion based on interpersonal and other challenges that participants are facing).

3.2.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

A cadeira terá como base, em grande parte, discussões lideradas por estudantes e reflexão sobre experiências. Irá ser dado ênfase, em particular, à partilha e análise de experiências em contexto profissional. Serão usados casos adicionais, vídeos e exercícios experimentais para levar ao desenrolar da discussão e criação de ideias. Será fortemente incentivada a proposta de um caso para discussão em aula, embora não obrigatório, baseado num desafio profissional pelo qual os estudantes estejam a passar. De modo a adquirir conhecimentos nesta cadeira, os estudantes deverão estar preparados para fazer auto-reflexões, participar em exercícios que envolvem auto-exploração, discutir a experiência profissional com os colegas e dar e receber feedback honesto. As inscrições serão sobrepostas. Avaliação: assiduidade e participação (25%); relatório de reflexão (75%).

3.2.7. Teaching methodologies (including assessment):

This course will rely to a large extent on student-led discussions and reflection on experience. In particular we will emphasize the sharing and analyses of work-related experiences. We will use additional cases, videos and experiential exercises to get the discussion rolling and bring ideas to life. We will be strongly encouraged, although not required, to propose a case for discussion in class based on a professional challenge that you are currently facing. In order to learn in this course, you should be willing to engage in self-reflection, take part in exercises that involve some self-exploration, discuss you professional experience with colleagues, and give an receive candid feedback. Enrolment will be capped. Assessment: Class attendance and Participation (25%) ; Reflective report (75%)

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

As discussões e o relatório de auto-reflexão irão abranger o objectivo de aprendizagem “Estar mais consciente do impacto que as emoções têm nos outros”. Os casos, vídeos e exercícios experimentais irão abranger o objectivo de aprendizagem “Estar mais conscientes e ter melhor conhecimento sobre a influência das emoções na maneira como as pessoas pensam, se comportam e comunicam”. As discussões lideradas por estudantes e a partilha e análise de experiências em contexto profissional irão abranger objectivo de aprendizagem “Estar preparados para aplicar uma maior diversidade de estratégias de gestão de pessoas e emoções no trabalho, e para avaliar os custos e benefícios de diferentes estratégias no contexto de interacções interpessoais e trabalho de equipa”. A discussão do caso relacionado com desafios enfrentados pelos estudantes irá abranger o objectivo de aprendizagem “Estar mais preparados para argumentar e aprender sobre problemas emocionais e interpessoais que ainda não estão claramente definidos, aplicando um pensamento crítico e criativo no plano social e emocional, com o objectivo de obter uma aprendizagem contínua”.

3.2.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit’s intended learning outcomes:

The self-reflection discussions and report will cover the learning outcome be more aware of the impact that they have upon others. The cases, videos and experiential exercises will cover the leaning outcome be more aware of and more knowledgeable about the influence of emotions on the way that people think, behave, and communicate. The student-led discussions and the sharing and analyses of work-related experiences will cover the learning outcome be prepared to consider a broader range of strategies for managing people and emotions at work, and to evaluate the benefits and costs of different strategies, in the context of interpersonal interaction and teamwork. The discussion of a case that the students are facing will cover the leaning outcome be better prepared to reason about and learn from ill-defined emotional and interpersonal problems, applying critical and creative thinking to the social and emotional realm for the purpose of lifelong learning

3.2.9. Bibliografia de consulta / existencia obrigatória:

n.a

Mapa III - ESTRATÉGIAS PARA O MERCADO GLOBAL / GLOBAL MARKETS AND STRATEGY

3.2.1. Unidade curricular:

ESTRATÉGIAS PARA O MERCADO GLOBAL / GLOBAL MARKETS AND STRATEGY

3.2.2. Docente responsável (preencher o nome completo) e respetivas horas de contacto na unidade curricular:

Roberto Rigobon - 18h

3.2.3. Outros docentes e respetivas horas de contacto na unidade curricular:

<sem resposta>

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

Compreender o ambiente empresarial, as condições político económicas, a interdependência com o sistema regulador é a chave para determinar a possibilidade e restrições aos negócios numa economia global em rápida mudança.

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

Understanding the interaction between this shifting political-economic-regulatory environment and individual firms, even entire industries, is key to determining both the possibilities for and constraints on global business in today's fast-changing economy.

3.2.5. Conteúdos programáticos:

A) Conhecimento e compreensão: compreender como a política em relação às taxas de crescimento, sistemas políticos e sistemas financeiros pode levar a resultados positivos e negativos; Entender como o ambiente para as empresas varia em todo o mundo, incluindo o que isso significa para os empresários e decisores políticos. D B) Competências Específicas: analisar a interação entre o ambiente político-econômico-regulatório, organizações individuais e indústrias; Examinar os debates e controvérsias contemporâneas em torno dos mercados financeiros, direitos de propriedade intelectual, políticas comerciais e padrões trabalhistas e ambientais. C) Competências gerais: aplicar material para resolver um caso de negócio complexo definido na economia em rápida mudança de hoje; Desenvolver ferramentas conceituais que ajudam a dar sentido ao nosso mundo cada vez mais global e complexo.

3.2.5. Syllabus:

A) Knowledge and Understanding: understand how policy regarding growth rates, political systems, and financial systems can lead to positive and negative outcomes; understand how the environment for business varies around the world, including what this means for business people and policy makers. d B) Subject-Specific Skills: analyze the interaction between the political-economic-regulatory environment, individual organizations, and industries; examine contemporary debates and controversies surrounding financial markets, intellectual property rights, trade policies and labor and environmental standards. C) General skills: apply material to solving a complex business case set in today's fast changing economy; develop conceptual tools that help make sense of our increasingly global and complex world.

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

Os tópicos no plano de estudos incluem taxas de crescimento, sistemas políticos, e sistemas financeiros: As diferenças que o ambiente de negócios a nível internacional significam para as pessoas de negócios e para os que fazem as políticas; efeitos do ambiente regulador-político-económico, propriedade intelectual, política de trocas, de trabalho e padrões ambientais. Estes tópicos foram concebidos por forma a abranger a maioria dos objectivos de aprendizagem, referidos acima e relacionados com: compreender como as medidas políticas, financeiras e monetárias levam a um resultado positivo ou negativo; compreender como o ambiente de negócios varia em todo o mundo, examinar debates contemporâneos e controvérsias em volta dos mercados financeiros, direitos da propriedade intelectual, políticas de troca, do trabalho e os padrões ambientais, desenvolver e aplicar ferramentas conceptuais que ajudam a perceber o nosso mercado cada vez mais global e complexo.

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

The topics in the syllabus include growth rates, political systems, and financial systems; what differences in in international environment for business means for business people and policy makers; effects of the political-economic-regulatory environment, intellectual property rights, trade policies, and labor and environmental standards. These topics have been designed to address the major learning objectives, shown above and relating to: understanding how political, financial, and monetary policy can lead to positive and negative outcomes; understanding how the environment for business varies around the world; examining contemporary debates and controversies surrounding financial markets, intellectual property rights, trade policies and labor and environmental standards, and developing and applying conceptual tools that help make sense of our increasingly global and complex world.

3.2.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Análise, discussão de casos. Relatórios escritos

3.2.7. Teaching methodologies (including assessment):

The teaching methodologies include lectures, class discussion, and written analysis, and the assessment is through written case analyses and class participation.

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

As metodologias de ensino incluem palestras, debates em aula, análise escrita, e a avaliação é feita através da análise escrita dos casos e participação nas aulas. Estas metodologias – que incluem reflexão individual, análise de casos e participação em debates – foram concebidas para ser aplicadas na natureza e para abordar os principais resultados da aprendizagem, referidos acima e que incluem: compreender como o ambiente de negócios varia em todo o mundo, examinar debates contemporâneos e controvérsias em volta dos mercados financeiros, direitos da propriedade intelectual, políticas de troca, do trabalho e os padrões ambientais, desenvolver e aplicar ferramentas conceptuais que ajudam a perceber o nosso mercado cada vez mais global e complexo.

3.2.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The teaching methodologies include lectures, class discussion, and written analysis, and the assessment is through written case analyses and class participation. These methodologies – which include individual reflection, case analysis, and participation in debate - have been designed to be applied in nature and to address the major learning outcomes, given above and including: understanding how the environment for business varies around the world; examining contemporary debates and controversies surrounding financial markets, intellectual property rights, trade

policies and labor and environmental standards, and applying conceptual tools that help make sense of our increasingly global and complex world.

3.2.9. Bibliografia de consulta / existencia obrigatória:

na

Mapa III - FRIDAY FORUM

3.2.1. Unidade curricular:

FRIDAY FORUM

3.2.2. Docente responsável (preencher o nome completo) e respetivas horas de contacto na unidade curricular:

Maria Teresa Oliveira - 108h

3.2.3. Outros docentes e respetivas horas de contacto na unidade curricular:

Diversos

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

Os Friday Forum tem por objectivo proporcionar a oportunidade de aproveitar o potencial e competências dos alunos para viver seus papéis de liderança futuras de uma forma flexível e adaptável. Durante este ano as sexta-feiras irão permitir que os alunos se tornem auto-conscientes de sua identidade, crenças e hábitos, perceber a forma como utiliza-los em situações e contextos difíceis, fornecendo as ferramentas, conceitos ou apenas em situações fora da zona de conforto que permitam a aprendizagem de um líder.

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

The Friday Forums aim is providing you the opportunity to leverage your potential and skills to live your future leadership roles in a flexible and adaptable way. During this year the Friday Forums workshops will allow you to become self-aware of your identity, beliefs and habits, realize the way they suit you when you need to handle challenging contexts and situations, and provide you with tools, concepts or just “out of the box” experiences that will feed your own choices regarding what you are and what you want to become as a leader.

3.2.5. Conteúdos programáticos:

Palestras e actividades praticas que podem passar por fazer desenhos; preparar e apresentar um fado; fazer uma peça de teatro; ter aulas de yoga; discutir casos praticos ; exercicios de estrategia etc

3.2.5. Syllabus:

Lectures and practical activities that can go through to drawings; prepare and submit an fado, making a play; take yoga classes; discuss practical cases; exercises of strategy etc.

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

As actividades a desenvolver tem como objectivo principal trabalhar as diversas competências de liderança como sejam,; criatividade; empatia; diversidade; resiliência , etc

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

The activities aims to work the various leadership skills such as creativity; empathy; diversity; resilience, etc

3.2.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

diversas em função da actividade.

3.2.7. Teaching methodologies (including assessment):

several according the activity

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

Com metodologias não tradicionais pretende-se que os alunos ponham em evidencia as suas competências e bem assim identifiquem aquelas que terão de aperfeiçoar.

3.2.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

With non-traditional methodologies it is intended that the students put in evidence their skills and as well as identify those that need to improve.

3.2.9. Bibliografia de consulta / existencia obrigatória:

n.a

Mapa III - COMPETÊNCIAS DE LIDERANÇA - Desenvolvimento Pessoal / LEADERSHIP STREAM - 360° Development Process

3.2.1. Unidade curricular:

COMPETÊNCIAS DE LIDERANÇA - Desenvolvimento Pessoal / LEADERSHIP STREAM - 360° Development Process

3.2.2. Docente responsável (preencher o nome completo) e respetivas horas de contacto na unidade curricular:

Maria Teresa Oliveira - 20H

3.2.3. Outros docentes e respetivas horas de contacto na unidade curricular:

DIVERSOS

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

O Leadership Stream desenvolve competências de liderança cruciais para os alunos de MBA, incluindo skills de interação, comunicação, e auto desenvolvimento. O processo de aprendizagem deverá ter como resultado: melhorar a capacidade de interagir em equipa, construir e efectuar apresentações bem estruturadas, expressar-se de forma persuasiva, abordar questões difíceis a nível da comunicação, reflectir sobre o próprio desempenho, melhorar a capacidade de lidar com assuntos urgentes, e estabelecer um programa de coaching para os outros.

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

The Leadership Stream develops MBA student competencies in crucial leadership dimensions, including interactional skills, communication skills, and self-development skills. Learning outcomes include improve the ability to: interact in a team setting, design and deliver well-structured presentations, express oneself persuasively, address tough communication issues, reflect on one's own performance, improve capacity to deal with time pressures, and establish a coaching program for others.

3.2.5. Conteúdos programáticos:

Os tópicos incluem o seguinte:

- Questionário 360°, feedback e análise*
- Produtividade pessoal e interpessoal*
- Estratégias e estrutura de comunicação*
- Comunicar efectivamente*
- Gestão de stress*
- Gestão da forma de expressão*
- Skills de apresentação de negócios*
- A arte de vender (o próprio)*
- Planear os seus objectivos de vida*

3.2.5. Syllabus:

Topics include the following:

- 360 questionnaire, feedback, and analysis*
- Personal and interpersonal productivity*
- Communication strategies and structure*
- Effective communication*
- Stress management*
- Expression management*
- Business presentation skills*
- The art of selling (yourself)*
- Planning life achievement*

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

Os tópicos do programa dizem respeito à comunicação e compreensão dos modelos de liderança e papéis de liderança, relacionando práticas de negócios para as políticas públicas e a tomada de decisões éticas. Estes temas foram concebidos para abrangerem a maioria dos objectivos de aprendizagem, referidos acima e relacionar os mesmos com as skills de interação (interação em equipa), competências de comunicação (construir e efectuar apresentações bem estruturadas, expressar-se de forma persuasiva, abordar questões difíceis a nível da comunicação) e Skills de auto-desenvolvimento (reflectir sobre o próprio desempenho, melhorar a capacidade de lidar com assuntos urgentes, e estabelecer um programa de coaching para os outros).

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

The topics in the syllabus relate to communication understanding leadership models and roles, relating business practices to public policies, and making ethical decisions. These topics have been designed to address the major learning objectives, shown above and relating to interactional skills (interact in team setting), communication skills (design and deliver well-structured presentations, express oneself persuasively, address tough communication issues) and self-development skills (reflect on one's own performance, improve capacity to deal with time pressures, and establish a coaching program for others).

3.2.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

A metodologia de ensino inclui uma auto-análise seguida de um questionário de 360º, desenvolver um plano de auto desenvolvimento, palestras e workshops experimentais.

3.2.7. Teaching methodologies (including assessment):

Teaching methodologies include self-analysis following 360-degree feedback questionnaire, design of a self-development plan, lectures, and experiential workshops.

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

As metodologias de ensino incluem, auto-análise seguida de um questionário de 360 graus, desenvolver um plano de auto-desenvolvimento, palestras e workshops experimentais . Estas metodologias de ensino foram concebidos por forma a abranger a maioria dos objectivos de aprendizagem, referidos acima e relacionar os mesmos com as skills de interação (interação em equipa), competências de comunicação (construir e efectuar apresentações bem estruturadas, expressar-se de forma persuasiva, abordar questões difíceis a nível da comunicação) e Skills de auto-desenvolvimento (reflectir sobre o próprio desempenho, melhorar a capacidade de lidar com assuntos urgentes, e estabelecer um programa de coaching para os outros).

3.2.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

Teaching methodologies include self-analysis following 360-degree feedback questionnaire, design of a self-development plan, lectures, and experiential workshops. These teaching methodologies have been designed to address the major learning objectives, shown above and relating to: and relating to interactional skills (interact in team setting), communication skills (design and deliver well-structured presentations, express oneself persuasively, address tough communication issues) and self-development skills (reflect on one's own performance, improve capacity to deal with time pressures, and establish a coaching program for others).

3.2.9. Bibliografia de consulta / existencia obrigatória:

na

Mapa III - EXPERIÊNCIA INTERNACIONAL / INTERNATIONAL IMMERSION**3.2.1. Unidade curricular:**

EXPERIÊNCIA INTERNACIONAL / INTERNATIONAL IMMERSION

3.2.2. Docente responsável (preencher o nome completo) e respetivas horas de contacto na unidade curricular:

David Patient -18h

3.2.3. Outros docentes e respetivas horas de contacto na unidade curricular:

<sem resposta>

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

A Experiência Internacional permite aos estudantes do The Lisbon MBA Executive entrar em contacto com o mundo empresarial num contexto internacional, que pode ter lugar nos continentes asiático, africano ou norte-americano.

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

The International Immersion allows The Lisbon MBA Executive students to experience an engagement in the global business hub, taking place in one of the following continents: Asia, Africa or North America.

3.2.5. Conteúdos programáticos:

Durante uma semana, os alunos terão a oportunidade de visitar empresas locais, autoridades governamentais e instituições académicas, vivenciando em primeira-mão a cultura e práticas empresariais de uma economia internacional. A Experiência Internacional permite aplicar na vida real todos os temas discutidos em aula e dá uma nova perspetiva ao panorama socio-económico de países por todo o mundo.

3.2.5. Syllabus:

Over one week, students meet with local companies, government authorities and academic institutions, experiencing first-hand the culture and businesses practices of another economy. The International Immersion brings the themes discussed in class to life and gives a new perspective on the socio-economic and business conditions of countries around the world.

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

No decurso da estadia, irão ser visitadas as principais empresas do país em questão, permitindo-lhes contactar com a realidade empresarial específica daquele mercado e, ao mesmo tempo, aumentar a sua rede de contactos internacionais.

No âmbito educacional, os alunos terão a oportunidade de visitar uma universidade onde assistirão a palestras, por forma a melhor conhecerem o contexto socio-económico do país e o seu dinamismo empresarial. Esta visita irá igualmente permitir-lhes contactar com outros alunos de MBA sujeitos a uma realidade empresarial diferente.

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

During this immersion, the students will visit the main companies of the chosen country, allowing them to contact with the business culture of that specific market and, at the same time, broadening their international network.

In the educational context, the students will also have the opportunity to visit a university where lectures will take place, which will provide them with the knowledge on the socioeconomic context of the country and its business dynamics. This experience will also allow the students to contact other MBA graduates subject to a different entrepreneurial reality.

3.2.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Os alunos deverão fazer uma reflexão, apresentar um relatório e fazer uma apresentação perante um júri, respondendo à seguinte questão "Tendo em conta os conhecimentos adquiridos sobre a empresa e o contexto socio-económico do país onde esta se encontra, como descreveria a sua evolução?". Cada grupo de alunos fará o trabalho com base numa empresa diferente entre todos.

A sessão guiar-se-á pelas seguintes diretrizes:

- *Os alunos farão uma breve apresentação da empresa sobre a qual trabalharam, tendo em conta a questão mencionada acima (por exemplo, depois da visita à empresa e de acordo com o que aprenderam durante a viagem, poderão partilhar as suas experiências e conhecimentos);*
- *As apresentações terão uma duração de cerca de 20 minutos por grupo: 10 minutos para apresentar + 10 minutos para questões;*
- *Avaliação das apresentações por parte do júri.*

3.2.7. Teaching methodologies (including assessment):

The students are required to do a reflection, present a report and do a presentation to a jury panel to answer the following question "Considering what you know about the company and about the socio-economic context of the country it is settled in, how do you see its evolution?". Each group of students will do the work based on a different company.

The session will have the following guidelines:

- *Students will do a brief presentation of the company they are working on taking into consideration the question mentioned above (for instance, after the visit to the company and according to what they have learned during the trip, they may share their experience and knowledge);*
- *Presentations will take around 20 minutes per group: 10 minutes to present + 10 minutes for Q&A;- Presentations will be appraised by a judging panel.*

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

na

3.2.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

na

3.2.9. Bibliografia de consulta / existencia obrigatória:

na

Mapa III - EQUIPAS E ORGANIZAÇÕES / PEOPLE AND ORGANIZATIONS

3.2.1. Unidade curricular:

EQUIPAS E ORGANIZAÇÕES / PEOPLE AND ORGANIZATIONS

3.2.2. Docente responsável (preencher o nome completo) e respetivas horas de contacto na unidade curricular:

Miguel Pina e Cunha – 27h

3.2.3. Outros docentes e respetivas horas de contacto na unidade curricular:

<sem resposta>

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

Ao concluir esta cadeira, o aluno deverá ser capaz de:

A. Conhecimento e Compreensão:

- *Compreender todo os gestores como gestores de pessoas.*
- *Obter conhecimentos teóricos acerca das praticidades da gestão do comportamento organizacional.*
- *Perceber a importância estratégica do elemento humano para a vantagem competitiva.*
- *Analisar as causas e consequências do comportamento organizacional disfuncional.*

B. Capacidades específicas:

- *Conhecimento das ferramentas e bases do comportamento organizacional.*

- *Desenvolvimento de uma perspectiva integradora da relação entre as pessoas e a vantagem competitiva da empresa.*
 - *Ferramentas de auto-avaliação.*
 - *Pensamento crítico aplicado aos objectivos da empresa.*
- C. Capacidades gerais:**
- *Reflexividade*
 - *Comunicação (escrita, verbal e gráfica)*
 - *Trabalho de equipa*
 - *Desenvolvimento de análise crítica*
 - *Técnicas de apresentação*

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

On completion of this course, a student should be able to:

A. Knowledge and Understanding:

- *Understand every manager as a manager of people.*
- *Gain theoretical understanding of the practicalities of organizational behavior management.*
- *Understand the strategic importance of the human element for competitive advantage.*
- *Analyse the causes and consequences of dysfunctional organizational behavior.*

B. Subject-Specific Skills:

- *Knowledge of organizational behavior constructs and tools.*
- *Development of an integrated perspective of the relationship between people and the competitive advantage of the firm.*
- *Self-assessment tools.*
- *Critical thinking on the goals of the organization.*

C. General Skills:

- *Reflexivity*
- *Communication (written, verbal, graphical)*
- *Teamwork*
- *Development of critical analysis*
- *Presentation skills*

3.2.5. Conteúdos programáticos:

Teorias de gestão e organização: uma análise histórica. Organizações como mercados vs. organizações como comunidades. Interpretar a organização: distorções cognitivas e as suas implicações. As causas do comportamento organizacional: como disposições e situações interagem. Personalidade. Gestão da motivação e criação de energia psicológica nas organizações. O conteúdo e processos da motivação (necessidades, objectivos, equidade, expectativas). Justiça no local de trabalho. Gestão da satisfação no local de trabalho. Satisfação e performance. Liderar pessoas: o líder como treinador; como facilitador; um arquitecto. O processo da liderança; Liderança e ética; Liderar “pessoas difíceis”. Cultura organizacional; Questões culturais; Formas de mudança nas organizações; Gerir a mudança; Organizações positivas e comportamento organizacional positivo.

3.2.5. Syllabus:

Theories of management and organization: a historical analysis. Organizations as markets versus organizations as communities. Interpreting the organization: cognitive distortions and their implications. The causes of organizational behavior: how dispositions and situations interact. Personality. Management motivation and creation of psychological energy in organizations. The content and process of motivation (needs, objectives, fairness, expectations). Justice in the workplace. Management of satisfaction in the workplace. Satisfaction and performance. Leading people: the leader as a coach, as a facilitator, as an architect. The process of leadership, Leadership and Ethics, Leadership "difficult people". Organizational culture, cultural issues; Forms of change in organizations; Managing change; Positive organizations and positive organizational behavior.

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

n.a

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

n.a

3.2.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

Aulas, vídeos educacionais, clipes de filmes, literatura de ficção, outras artes (pintura arquitectura e música), análise escrita e interactiva de casos, trabalhos escritos, apresentações em grupo, exercícios práticos.

Avaliação:

Relatório e apresentação de caso (a ser entregue até à última aula) 15%

Trabalho de pesquisa 15%

Participação nas aulas 20%

Exame Final (14 de Março, 10h-12h) 50%

3.2.7. Teaching methodologies (including assessment):

Classes, educational videos, movie clips, fiction literature, other arts (painting architecture and music), written analysis and interactive cases, written work, group presentations, practical exercises.

Assessment:

Final Exam (14 March, 10:00-12:00) 50%

Case presentation and discussion 15%

Applied research (to be delivered until the final class; inclusive) 15%

Class participation 20%

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

n.a

3.2.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

n.a

3.2.9. Bibliografia de consulta / existencia obrigatória:

Clegg, S.R., Kornberger, M. & Pitsis, T. (2011). Managing and organizations (3rd edition). London: Sage.

Session 1. Chapter 1 "Managing and organizations"

Session 2. Chapter 2 "Managing individuals"

Session 3. Chapter 4 "Managing leading, coaching and motivation"

Session 4. Chapter 4 "Managing leading, coaching and motivation"

Session 5. Chapter 3 "Managing teams and groups"

Session 6. Chapter 4 "Managing leading, coaching and motivation"

Session 7. Chapter 10 "Managing innovation and change"

Session 8. Chapter 6 "Managing cultures"

Session 9. Chapter 2 "Managing individuals"

Mapa III - CARREIRAS E APRENDIZAGEM EM CONTEXTO REAL / CAREERS AND ACTION LEARNING

3.2.1. Unidade curricular:

CARREIRAS E APRENDIZAGEM EM CONTEXTO REAL / CAREERS AND ACTION LEARNING

3.2.2. Docente responsável (preencher o nome completo) e respetivas horas de contacto na unidade curricular:

David Patient

3.2.3. Outros docentes e respetivas horas de contacto na unidade curricular:

Paulo Soares de Pinho

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

O Departamento de Carreiras acompanha os alunos durante todo o ano letivo de forma a ajudá-los a clarificar os seus objetivos de carreira e fornecer-lhes as ferramentas adequadas para uma procura de trabalho eficaz ou para progredir na carreira.

O Departamento de Carreiras também permite aos alunos ter uma perspetiva internacional em contextos empresariais e a oportunidade de se manter ao corrente dos acontecimentos globais, que influenciam não só os seus países de origem como o mundo em geral; para tal, o Departamento de Carreiras trabalha em conjunto com as empresas para identificar projetos em Portugal, ou no estrangeiro, que correspondam aos objetivos de carreira dos alunos. O Projeto de Verão consiste num estágio de 2 meses numa empresa, permitindo aos alunos trabalhar num desafio profissional a nível de MBA.

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

The Career Management Center works with students in their career plans throughout the year in order to help them clarify their career objectives and equip them with the right tools for a successful job search or progress in career. The Career Management Center also provides students with an international outlook on business and the opportunity to keep up with current global events shaping not only their home countries but the world; with these goals in mind, the CMC works with companies to identify Summer Projects in Portugal or abroad that match the students' career objectives. The Summer Project consists of a 2-month internship in a company working in a real MBA-level challenge.

3.2.5. Conteúdos programáticos:

O Departamento de Carreiras aborda várias iniciativas como: Sessões de Aconselhamento de Carreiras, o Programa de Mentoria, Simulação de Entrevistas, Workshops de Carreira e Sessões de Visão Corporativa, programas estes que proporcionam aos estudantes todos os conhecimentos e perspetivas necessários para alcançar os seus objetivos de carreira.

Durante o período de Aprendizagem em Contexto Real, os alunos podem escolher uma de três opções: o Projeto de Verão, que consiste num estágio de 2 meses numa empresa a trabalhar num desafio a nível de MBA; um Projeto de Consultoria Internacional no Brasil, China ou México ou um Núcleo de Empreendedorismo que lhes permitirá ter a oportunidade de concretizar as suas ambições de empreendedor.

3.2.5. Syllabus:

The Career Management Center uses various initiatives such as: Career Advising Sessions, the Mentoring Program, Mock Interviews, Career Workshops and Corporate Insight Sessions, which provide students with all the knowledge and insights they will need to start building the bridges that will allow them to achieve their career goals. In the Action Learning, students can choose one of three options: The Summer Project that consists of a 2-month internship in a company working in a real MBA-level challenge; integrate an International Lab in Brazil, China or Mexico or an Entrepreneurship Hub that will give them a solid opportunity to accomplish their ambitions as an entrepreneur.

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

n.a

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

n.a

3.2.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

n.a

3.2.7. Teaching methodologies (including assessment):

n.a

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

n.a

3.2.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

n.a

3.2.9. Bibliografia de consulta / existencia obrigatória:

n.a

Mapa III - INOVAÇÃO E INTRAEMPREENDEDORISMO / INNOVATION AND INTRAPRENEURSHIP**3.2.1. Unidade curricular:**

INOVAÇÃO E INTRAEMPREENDEDORISMO / INNOVATION AND INTRAPRENEURSHIP

3.2.2. Docente responsável (preencher o nome completo) e respetivas horas de contacto na unidade curricular:

Pedro Oliveira- 18h

3.2.3. Outros docentes e respetivas horas de contacto na unidade curricular:

Celine Abecassis-Moedas - 18h

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

Conhecimento e compreensão: compreender como o comportamento do consumidor influencia o processo de inovação; Reconhecer a importância das estratégias, processos e gestão organizacional em promover ou minar a inovação; Competências Específicas: Obter e analisar dados de mercado e de usuários para desenvolver produtos e serviços inovadores; Competências gerais: Desenvolver e defender recomendações estratégicas, especialmente em equipas; Usar análise de dados e pensamento estratégico para vender uma abordagem à inovação.

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

Knowledge and Understanding: understand how consumer behavior should influence the innovation process; recognize the importance of strategies, processes, and organizational management in promoting or undermining innovation; Subject-Specific Skills: Obtain and analyze market and user data in order to develop innovative products and services; General skills: Develop and defend strategic recommendations, especially in teams; use data analysis and strategic thinking to sell an approach to innovation.

3.2.5. Conteúdos programáticos:

Lista de tópicos abordados no curso:

- *Análise de Clientes e de inovação*
- *Estratégia Empresarial "Roadblocks"*
- *Extrair valor da Inovação Tecnológica*
- *Criação de ecossistemas de Clientes*
- *Extrair valor de ecossistemas de inovação do cliente*
- *Análise de Roturas*
- *Estratégias Abastecimento*

- *Ecossistemas inovação na estratégia competitiva e de clientes*
- *Fazer uma estratégia disruptiva Trabalho*
- *Carteiras de Desenvolvimento para gestão de produto*

3.2.5. Syllabus:

The topics covered in the course include:

- *Customer analysis and innovation strategy*
- *Entrepreneurial roadblocks strategy*
- *Capturing value from technological innovation*
- *Creating customer ecosystems*
- *Extracting value from customer innovation ecosystems*
- *Thinking clearly about disruption*
- *Supply chain strategies*
- *Competitive strategy and customer innovation ecosystems*
- *Making a disruptive strategy work*
- *Managing product development portfolios*

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

Os tópicos no plano de estudos incluem capturar o valor da inovação tecnológica e estratégias disruptivas, criando inovação para satisfazer as necessidades dos clientes,

Os tópicos do programa incluem a captura de valor da inovação tecnológica e estratégias disruptivas, criando inovação para atender às necessidades do cliente e usando estratégias arquitetônicas para se tornar líderes de plataformas. Esses tópicos foram concebidos por forma a abranger os principais objectivos de aprendizagem, referidos acima e relacionados com: compreender a importância do comportamento, estratégias, comportamento e gestão do consumidor no processo de inovação; Utilizar dados de mercado e de dos utilizadores para desenvolver produtos e serviços inovadores; Através da análise de dados e do pensamento estratégico vender recomendações relativas com à inovação.

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

The topics in the syllabus include capturing value from technological innovation and disruptive strategies, creating innovation to address customer needs, and using architectural strategies to become platform leaders. These topics have been designed to address the major learning objectives, shown above and relating to: understanding the importance of consumer behavior, strategies, behavior, and management in the innovation process; using market and user data in order to develop innovative products and services; and, using data analysis and strategic thinking to sell recommendations relating to innovation.

3.2.7. Metodologias de ensino (avaliação incluída):

As metodologias de ensino incluem palestras, discussões em aula, projetos e apresentações, incluindo avaliação através da participação em aula, relatórios escritos, exame escrito e apresentações de grupo de um portfólio de projetos.

O exame conta 50% da nota, a apresentação de grupo e os relatórios 30% e a participação em aula 20%.

3.2.7. Teaching methodologies (including assessment):

The teaching methodologies include lectures, class discussion, projects, and presentations, including assessment via class participation, written memos, written exam and group presentation of a proposed project portfolio.

The exam accounts for 50% of the grading, group presentation and memos 30% and class participation 20%.

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

As metodologias de ensino incluem palestras, discussões em sala de aula, projectos e apresentações, e avaliação da participação na aula, memorandos escritos, exame escrito, e apresentação em grupo de um portfólio de projectos propostos. Estas metodologias foram concebidas para abordar os principais objectivos de aprendizagem, apresentados acima, e para proporcionar uma introdução prática e actualizada: a compreensão do comportamento do consumidor; Apreciar a importância das estratégias, comportamentos e gestão no processo de inovação; Utilizar dados de mercado e de utilizadores para desenvolver produtos e serviços inovadores e para vender recomendações relacionadas com a inovação.

3.2.8. Evidence of the teaching methodologies coherence with the curricular unit's intended learning outcomes:

The teaching methodologies include lectures, class discussion, projects, and presentations, including assessment via class participation, written memos, written exam, and group presentation of a proposed project portfolio. These methodologies have been designed to address the major learning objectives, shown above, and to provide a practical, and up-to-date introduction to: understanding consumer behavior; appreciating importance of strategies, behavior, and management in the innovation process; using market and user data to develop innovative products and services, and to sell recommendations relating to innovation.

3.2.9. Bibliografia de consulta / existencia obrigatória:

Gans, Joshua And Stern, Scott. "The Product Market And the Market For Ideas: Commercialization Strategies For Technology Entrepreneurs." Research Policy, 32(2), pp.333--350, 2003.

Gans, J., Murray, F., And S. Stern (2014). "Choosing An Entrepreneurial Strategy" mimeo, MIT Sloan School.

4. Descrição e fundamentação dos recursos docentes do ciclo de estudos

4.1 Descrição e fundamentação dos recursos docentes do ciclo de estudos

4.1.1. Fichas curriculares

Mapa IV - Ricardo Ferreira Reis

4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):

Ricardo Ferreira Reis

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da Instituição proponente mencionada em A1):

UCP-catolica Lisbon

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2):

Católica Lisbon

4.1.1.4. Categoria:

Professor Auxiliar ou equivalente

4.1.1.5. Regime de tempo na Instituição que submete a proposta (%):

100

4.1.1.6. Ficha curricular do docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa IV - Jorge Manuel Naves Velosa

4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):

Jorge Manuel Naves Velosa

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da Instituição proponente mencionada em A1):

Universidade Nova de Lisboa

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2):

Nova SBE

4.1.1.4. Categoria:

Professor Auxiliar convidado ou equivalente

4.1.1.5. Regime de tempo na Instituição que submete a proposta (%):

100

4.1.1.6. Ficha curricular do docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa IV - David Leonard Patient

4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):

David Leonard Patient

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da Instituição proponente mencionada em A1):

Universidade Católica Portuguesa/Catolica Lisbon UCP

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2):

Católica Lisbon - School of Business and Economics

4.1.1.4. Categoria:

Professor Associado ou equivalente

4.1.1.5. Regime de tempo na Instituição que submete a proposta (%):

100

4.1.1.6. Ficha curricular do docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa IV - José Filipe Garcia Corrêa Guedes**4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

José Filipe Garcia Corrêa Guedes

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da Instituição proponente mencionada em A1):

Católica Lisbon UCP

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2):

Católica Lisbon - School of Business and Economics

4.1.1.4. Categoria:

Professor Catedrático ou equivalente

4.1.1.5. Regime de tempo na Instituição que submete a proposta (%):

100

4.1.1.6. Ficha curricular do docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa IV - José Guilherme da Ponte Metello de Almeida e Brito**4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

José Guilherme da Ponte Metello de Almeida e Brito

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da Instituição proponente mencionada em A1):

Universidade Católica Portuguesa/Católica Lisbon - UCP

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2):

Católica Lisbon - School of Business and Economics

4.1.1.4. Categoria:

Professor Auxiliar ou equivalente

4.1.1.5. Regime de tempo na Instituição que submete a proposta (%):

100

4.1.1.6. Ficha curricular do docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa IV - Manuel Favila Vieira Leite Monteiro**4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

Manuel Favila Vieira Leite Monteiro

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da Instituição proponente mencionada em A1):

Unidade Católica Portuguesa

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2):

Católica Lisbon - School of Business and Economics

4.1.1.4. Categoria:

Professor Auxiliar ou equivalente

4.1.1.5. Regime de tempo na Instituição que submete a proposta (%):

100

4.1.1.6. Ficha curricular do docente:[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)**Mapa IV - Paulo José Jubilado Soares de Pinho****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):***Paulo José Jubilado Soares de Pinho***4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da Instituição proponente mencionada em A1):***Universidade Nova de Lisboa***4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2):***Nova School of Business and Economics***4.1.1.4. Categoria:***Professor Associado ou equivalente***4.1.1.5. Regime de tempo na Instituição que submete a proposta (%):***100***4.1.1.6. Ficha curricular do docente:**[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)**Mapa IV - Pedro Manuel Sousa Mendes Oliveira****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):***Pedro Manuel Sousa Mendes Oliveira***4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da Instituição proponente mencionada em A1):***Catolica Lisbon***4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2):***<sem resposta>***4.1.1.4. Categoria:***Professor Associado ou equivalente***4.1.1.5. Regime de tempo na Instituição que submete a proposta (%):***100***4.1.1.6. Ficha curricular do docente:**[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)**Mapa IV - Raimundo Wilson Bastos Sales Neto****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):***Raimundo Wilson Bastos Sales Neto***4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da Instituição proponente mencionada em A1):***Catolica Lisbon***4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2):***Católica Lisbon - School of Business and Economics***4.1.1.4. Categoria:***Professor Auxiliar ou equivalente***4.1.1.5. Regime de tempo na Instituição que submete a proposta (%):***100***4.1.1.6. Ficha curricular do docente:**

Mostrar dados da Ficha Curricular**Mapa IV - Céline Dora Judith Abecassis-Moedas****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

Céline Dora Judith Abecassis-Moedas

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da Instituição proponente mencionada em A1):

Católica Lisbon

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2):

Católica Lisbon School of Business and Economics

4.1.1.4. Categoria:

Professor Auxiliar ou equivalente

4.1.1.5. Regime de tempo na Instituição que submete a proposta (%):

100

4.1.1.6. Ficha curricular do docente:

Mostrar dados da Ficha Curricular

Mapa IV - Rita Miguel Ramos Dias Coelho do Vale**4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

Rita Miguel Ramos Dias Coelho do Vale

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da Instituição proponente mencionada em A1):

Universidade Católica Portuguesa

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2):

Católica Lisbon - School of Business and Economics

4.1.1.4. Categoria:

Professor Auxiliar ou equivalente

4.1.1.5. Regime de tempo na Instituição que submete a proposta (%):

100

4.1.1.6. Ficha curricular do docente:

Mostrar dados da Ficha Curricular

Mapa IV - Francisco Miguel Rogado Salvador Pinheiro Veloso**4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

Francisco Miguel Rogado Salvador Pinheiro Veloso

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da Instituição proponente mencionada em A1):

Universidade Católica Portuguesa/Católica Lisbon

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2):

Católica Lisbon - School of Business and Economics

4.1.1.4. Categoria:

Professor Catedrático ou equivalente

4.1.1.5. Regime de tempo na Instituição que submete a proposta (%):

100

4.1.1.6. Ficha curricular do docente:

Mostrar dados da Ficha Curricular

Mapa IV - Kyril Mykhailovitch Lakishyk**4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):***Kyril Mykhailovitch Lakishyk***4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da Instituição proponente mencionada em A1):***Católica Lisbon***4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2):***Católica Lisbon - School of Business and Economics***4.1.1.4. Categoria:***Professor Auxiliar ou equivalente***4.1.1.5. Regime de tempo na Instituição que submete a proposta (%):***100***4.1.1.6. Ficha curricular do docente:**[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)**Mapa IV - Paulo Nuno Gonçalves Santos Lopes****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):***Paulo Nuno Gonçalves Santos Lopes***4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da Instituição proponente mencionada em A1):***Universidade Católica Portuguesa***4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2):***Católica Lisbon - School of Business and Economics***4.1.1.4. Categoria:***Professor Auxiliar convidado ou equivalente***4.1.1.5. Regime de tempo na Instituição que submete a proposta (%):***100***4.1.1.6. Ficha curricular do docente:**[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)**Mapa IV - Maria de Fátima Henriques da Silva Barros Bertoldi****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):***Maria de Fátima Henriques da Silva Barros Bertoldi***4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da Instituição proponente mencionada em A1):***Universidade Católica Portuguesa/Catolica -Lisbon***4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2):***Católica Lisbon School of Business and Economics***4.1.1.4. Categoria:***Professor Associado ou equivalente***4.1.1.5. Regime de tempo na Instituição que submete a proposta (%):***92***4.1.1.6. Ficha curricular do docente:**[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)**Mapa IV - João Luís Traça Borges de Assunção****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

João Luís Traça Borges de Assunção

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da Instituição proponente mencionada em A1):

Universidade Católica Portuguesa

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2):

Católica Lisbon - School of Business and Economics

4.1.1.4. Categoria:

Professor Associado convidado ou equivalente

4.1.1.5. Regime de tempo na Instituição que submete a proposta (%):

100

4.1.1.6. Ficha curricular do docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa IV - Joana Cardoso Fontes

4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):

Joana Cardoso Fontes

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da Instituição proponente mencionada em A1):

Universidade Católica Portuguesa

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2):

Católica Lisbon - School of Business and Economics

4.1.1.4. Categoria:

Professor Auxiliar convidado ou equivalente

4.1.1.5. Regime de tempo na Instituição que submete a proposta (%):

100

4.1.1.6. Ficha curricular do docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa IV - Maria Cristina Franco Neto de Carvalho Andrade Tavares

4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):

Maria Cristina Franco Neto de Carvalho Andrade Tavares

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da Instituição proponente mencionada em A1):

Universidade Católica Portuguesa

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2):

Católica Lisbon - School of Business and Economics

4.1.1.4. Categoria:

Professor Auxiliar convidado ou equivalente

4.1.1.5. Regime de tempo na Instituição que submete a proposta (%):

50

4.1.1.6. Ficha curricular do docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa IV - Nazli Mukadder Turan

4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):

Nazli Mukadder Turan

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da Instituição proponente mencionada em A1):
Católica Lisbon

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2):
Católica Lisbon

4.1.1.4. Categoria:
Professor Auxiliar ou equivalente

4.1.1.5. Regime de tempo na Instituição que submete a proposta (%):
100

4.1.1.6. Ficha curricular do docente:
[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa IV - Maria Teresa Vieira de Oliveira

4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):
Maria Teresa Vieira de Oliveira

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da Instituição proponente mencionada em A1):
catolica Lisbon

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2):
<sem resposta>

4.1.1.4. Categoria:
Professor Auxiliar convidado ou equivalente

4.1.1.5. Regime de tempo na Instituição que submete a proposta (%):
100

4.1.1.6. Ficha curricular do docente:
[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa IV - Luís Tavares de Almeida Costa

4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):
Luís Tavares de Almeida Costa

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da Instituição proponente mencionada em A1):
Universidade Nova de Lisboa

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2):
Nova School of Business Economics

4.1.1.4. Categoria:
Professor Catedrático ou equivalente

4.1.1.5. Regime de tempo na Instituição que submete a proposta (%):
100

4.1.1.6. Ficha curricular do docente:
[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa IV - Duarte Pitta Ferraz

4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):
Duarte Pitta Ferraz

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da Instituição proponente mencionada em A1):
Universidade Nova de Lisboa

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2):
Nova School of Business and Economics

4.1.1.4. Categoria:
Professor Associado convidado ou equivalente

4.1.1.5. Regime de tempo na Instituição que submete a proposta (%):
100

4.1.1.6. Ficha curricular do docente:
[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa IV - Steffen Hoernig

4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):
Steffen Hoernig

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da Instituição proponente mencionada em A1):
Universidade Nova de Lisboa

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2):
Nova School of Business and Economics

4.1.1.4. Categoria:
Professor Associado ou equivalente

4.1.1.5. Regime de tempo na Instituição que submete a proposta (%):
100

4.1.1.6. Ficha curricular do docente:
[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa IV - Alper Nakkas

4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):
Alper Nakkas

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da Instituição proponente mencionada em A1):
Universidade Nova de Lisboa

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2):
Nova School of Business and Economics

4.1.1.4. Categoria:
Professor Associado convidado ou equivalente

4.1.1.5. Regime de tempo na Instituição que submete a proposta (%):
100

4.1.1.6. Ficha curricular do docente:
[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa IV - Pedro Miguel Miranda Neves

4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):
Pedro Miguel Miranda Neves

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da Instituição proponente mencionada em A1):
Universidade Nova de Lisboa

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2):

*Nova School of Business and Economics***4.1.1.4. Categoria:***Professor Associado ou equivalente***4.1.1.5. Regime de tempo na Instituição que submete a proposta (%):**

100

4.1.1.6. Ficha curricular do docente:[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)**Mapa IV - Luís Rainho Catela Nunes****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):***Luís Rainho Catela Nunes***4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da Instituição proponente mencionada em A1):***Universidade Nova de Lisboa***4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2):***Nova School of Business and Economics***4.1.1.4. Categoria:***Professor Catedrático ou equivalente***4.1.1.5. Regime de tempo na Instituição que submete a proposta (%):**

100

4.1.1.6. Ficha curricular do docente:[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)**Mapa IV - Avelino Miguel Mota de Pina e Cunha****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):***Avelino Miguel Mota de Pina e Cunha***4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da Instituição proponente mencionada em A1):***Universidade Nova de Lisboa***4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2):***Nova School of Business and Economics***4.1.1.4. Categoria:***Professor Catedrático ou equivalente***4.1.1.5. Regime de tempo na Instituição que submete a proposta (%):**

100

4.1.1.6. Ficha curricular do docente:[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)**Mapa IV - Melissa Porras Prado****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):***Melissa Porras Prado***4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da Instituição proponente mencionada em A1):***Nova SBE***4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2):***Nova School of Business and Economics*

4.1.1.4. Categoria:

Professor Associado convidado ou equivalente

4.1.1.5. Regime de tempo na Instituição que submete a proposta (%):

100

4.1.1.6. Ficha curricular do docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa IV - André Castro Silva**4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

André Castro Silva

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da Instituição proponente mencionada em A1):

Universidade Nova de Lisboa

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2):

Nova School of Business and Economics

4.1.1.4. Categoria:

Professor Associado ou equivalente

4.1.1.5. Regime de tempo na Instituição que submete a proposta (%):

100

4.1.1.6. Ficha curricular do docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa IV - Catherine Thérèse Laurence Jouven da Silveira**4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

Catherine Thérèse Laurence Jouven da Silveira

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da Instituição proponente mencionada em A1):

Nova SBE

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2):

Nova School of Business and Economics

4.1.1.4. Categoria:

Professor Auxiliar convidado ou equivalente

4.1.1.5. Regime de tempo na Instituição que submete a proposta (%):

100

4.1.1.6. Ficha curricular do docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa IV - Joana Story**4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

Joana Story

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da Instituição proponente mencionada em A1):

Nova SBE

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2):

Nova School of Business and Economics

4.1.1.4. Categoria:

Professor Associado convidado ou equivalente

4.1.1.5. Regime de tempo na Instituição que submete a proposta (%):*100***4.1.1.6. Ficha curricular do docente:**[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)**Mapa IV - José Albuquerque Tavares****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):***José Albuquerque Tavares***4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da Instituição proponente mencionada em A1):***Universidade Nova de Lisboa***4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2):***Nova School of Business and Economics***4.1.1.4. Categoria:***Professor Catedrático ou equivalente***4.1.1.5. Regime de tempo na Instituição que submete a proposta (%):***100***4.1.1.6. Ficha curricular do docente:**[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)**Mapa IV - Daniel Monteiro Palhares Traça****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):***Daniel Monteiro Palhares Traça***4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da Instituição proponente mencionada em A1):***Universidade Nova de Lisboa***4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2):***Nova School of Business and Economics***4.1.1.4. Categoria:***Professor Catedrático ou equivalente***4.1.1.5. Regime de tempo na Instituição que submete a proposta (%):***100***4.1.1.6. Ficha curricular do docente:**[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)**Mapa IV - Maria João Martins Ferreira Major****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):***Maria João Martins Ferreira Major***4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da Instituição proponente mencionada em A1):***Nova SBE***4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2):***Nova School of Business and Economics***4.1.1.4. Categoria:***Professor Associado ou equivalente***4.1.1.5. Regime de tempo na Instituição que submete a proposta (%):**

100

4.1.1.6. Ficha curricular do docente:[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)**Mapa IV - João Pedro dos Santos Sousa Pereira****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):***João Pedro dos Santos Sousa Pereira***4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da Instituição proponente mencionada em A1):***Universidade Nova de Lisboa***4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2):***Nova School of Business and Economics***4.1.1.4. Categoria:***Professor Auxiliar ou equivalente***4.1.1.5. Regime de tempo na Instituição que submete a proposta (%):**

100

4.1.1.6. Ficha curricular do docente:[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)**Mapa IV - Fernando Anjos****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):***Fernando Anjos***4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da Instituição proponente mencionada em A1):***Nova SBE***4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2):***Nova School of Business and Economics***4.1.1.4. Categoria:***Professor Auxiliar convidado ou equivalente***4.1.1.5. Regime de tempo na Instituição que submete a proposta (%):**

50

4.1.1.6. Ficha curricular do docente:[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)**Mapa IV - Luís Filipe Neves Brites Pereira****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):***Luís Filipe Neves Brites Pereira***4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da Instituição proponente mencionada em A1):***Universidade Nova de Lisboa***4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2):***Nova School of Business and Economics***4.1.1.4. Categoria:***Professor Auxiliar convidado ou equivalente***4.1.1.5. Regime de tempo na Instituição que submete a proposta (%):**

50

4.1.1.6. Ficha curricular do docente:[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)**Mapa IV - Manuela Calhau****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):***Manuela Calhau***4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da Instituição proponente mencionada em A1):***Catolica Lisbon***4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2):***<sem resposta>***4.1.1.4. Categoria:***Professor Associado convidado ou equivalente***4.1.1.5. Regime de tempo na Instituição que submete a proposta (%):***10***4.1.1.6. Ficha curricular do docente:**[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)**Mapa IV - José Miguel Júdice****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):***José Miguel Júdice***4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da Instituição proponente mencionada em A1):***Universidade Nova de Lisboa***4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2):***Nova School of Business and Economics***4.1.1.4. Categoria:***Professor Associado convidado ou equivalente***4.1.1.5. Regime de tempo na Instituição que submete a proposta (%):***50***4.1.1.6. Ficha curricular do docente:**[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)**Mapa IV - José Adriano Vieira Marques de Jesus Freire****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):***José Adriano Vieira Marques de Jesus Freire***4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da Instituição proponente mencionada em A1):***Universidade Católica Portuguesa/Catolica Lisbon***4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2):***Católica Lisbon***4.1.1.4. Categoria:***Professor Auxiliar ou equivalente***4.1.1.5. Regime de tempo na Instituição que submete a proposta (%):***50***4.1.1.6. Ficha curricular do docente:**[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa IV - Gonçalo Leónidas Ferreira da Rocha**4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

Gonçalo Leónidas Ferreira da Rocha

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da Instituição proponente mencionada em A1):

Universidade Nova de Lisboa

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2):

Nova School of Business and Economics

4.1.1.4. Categoria:

Professor Auxiliar convidado ou equivalente

4.1.1.5. Regime de tempo na Instituição que submete a proposta (%):

50

4.1.1.6. Ficha curricular do docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa IV - Paulo Cardoso do Amaral**4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

Paulo Cardoso do Amaral

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da Instituição proponente mencionada em A1):

Católica Lisbon

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2):

<sem resposta>

4.1.1.4. Categoria:

Professor Auxiliar convidado ou equivalente

4.1.1.5. Regime de tempo na Instituição que submete a proposta (%):

50

4.1.1.6. Ficha curricular do docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa IV - António Sarmento Gomes Mota**4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

António Sarmento Gomes Mota

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da Instituição proponente mencionada em A1):

ISCTE-IUL

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2):

<sem resposta>

4.1.1.4. Categoria:

Professor Auxiliar convidado ou equivalente

4.1.1.5. Regime de tempo na Instituição que submete a proposta (%):

10

4.1.1.6. Ficha curricular do docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa IV - Clara Christina Streit**4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

Clara Christina Streit

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da Instituição proponente mencionada em A1):
Universidade Católica, Universidade Nova (Visiting)

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2):
The Lisbon MBA

4.1.1.4. Categoria:
Professor Associado convidado ou equivalente

4.1.1.5. Regime de tempo na Instituição que submete a proposta (%):
10

4.1.1.6. Ficha curricular do docente:
[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa IV - Diogo Lopes Pereira

4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):
Diogo Lopes Pereira

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da Instituição proponente mencionada em A1):
UCP

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2):
Catolica Lisbon

4.1.1.4. Categoria:
Assistente convidado ou equivalente

4.1.1.5. Regime de tempo na Instituição que submete a proposta (%):
10

4.1.1.6. Ficha curricular do docente:
[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa IV - Vikas Shah

4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):
Vikas Shah

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da Instituição proponente mencionada em A1):
<sem resposta>

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2):
<sem resposta>

4.1.1.4. Categoria:
Professor Associado convidado ou equivalente

4.1.1.5. Regime de tempo na Instituição que submete a proposta (%):
10

4.1.1.6. Ficha curricular do docente:
[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa IV - Maria Isabel da Silva Marques Abranches Viegas

4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):
Maria Isabel da Silva Marques Abranches Viegas

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da Instituição proponente mencionada em A1):
<sem resposta>

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2):
Faculdade de Ciências Económicas e Empresariais

4.1.1.4. Categoria:
Assistente ou equivalente

4.1.1.5. Regime de tempo na Instituição que submete a proposta (%):
10

4.1.1.6. Ficha curricular do docente:
[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa IV - John Akula

4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):
John Akula

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da Instituição proponente mencionada em A1):
MIT

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2):
MIT Sloan School of Management

4.1.1.4. Categoria:
Professor Catedrático ou equivalente

4.1.1.5. Regime de tempo na Instituição que submete a proposta (%):
10

4.1.1.6. Ficha curricular do docente:
[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa IV - Leigh G. Hafrey

4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):
Leigh G. Hafrey

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da Instituição proponente mencionada em A1):
MIT

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2):
MIT Sloan School of Management

4.1.1.4. Categoria:
Professor Catedrático ou equivalente

4.1.1.5. Regime de tempo na Instituição que submete a proposta (%):
10

4.1.1.6. Ficha curricular do docente:
[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa IV - Christine Kelly

4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):
Christine Kelly

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da Instituição proponente mencionada em A1):
MIT

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2):

MIT Sloan School of Management

4.1.1.4. Categoria:

Professor Auxiliar convidado ou equivalente

4.1.1.5. Regime de tempo na Instituição que submete a proposta (%):

10

4.1.1.6. Ficha curricular do docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa IV - Pierre Azoulay**4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

Pierre Azoulay

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da Instituição proponente mencionada em A1):

MIT

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2):

MIT Sloan School of Management

4.1.1.4. Categoria:

Professor Associado ou equivalente

4.1.1.5. Regime de tempo na Instituição que submete a proposta (%):

10

4.1.1.6. Ficha curricular do docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa IV - Roberto Fernandez**4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

Roberto Fernandez

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da Instituição proponente mencionada em A1):

MIT

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2):

MIT Sloan School of Management

4.1.1.4. Categoria:

Professor Associado convidado ou equivalente

4.1.1.5. Regime de tempo na Instituição que submete a proposta (%):

10

4.1.1.6. Ficha curricular do docente:

[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)

Mapa IV - Roberto Rigobon**4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):**

Roberto Rigobon

4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da Instituição proponente mencionada em A1):

MIT Sloan

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2):

<sem resposta>

4.1.1.4. Categoria:*Professor Associado convidado ou equivalente***4.1.1.5. Regime de tempo na Instituição que submete a proposta (%):**

10

4.1.1.6. Ficha curricular do docente:[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)**Mapa IV - Miguel Luís Sousa de Almeida Ferreira****4.1.1.1. Nome do docente (preencher o nome completo):***Miguel Luís Sousa de Almeida Ferreira***4.1.1.2. Instituição de ensino superior (preencher apenas quando diferente da Instituição proponente mencionada em A1):**

UNL

4.1.1.3 Unidade Orgânica (preencher apenas quando diferente da unidade orgânica mencionada em A2):

Nova SBE

4.1.1.4. Categoria:*Professor Catedrático ou equivalente***4.1.1.5. Regime de tempo na Instituição que submete a proposta (%):**

100

4.1.1.6. Ficha curricular do docente:[Mostrar dados da Ficha Curricular](#)**4.1.2 Equipa docente do ciclo de estudos****4.1.2. Mapa IX -Equipa docente do ciclo de estudos / Map IX - Study programme's teaching staff**

Nome / Name	Grau / Degree	Área científica / Scientific Area	Regime de tempo / Employment link	Informação/ Information
Ricardo Ferreira Reis	Doutor	Gestão, contabilidade/Management, Accounting	100	Ficha submetida
Jorge Manuel Naves Velosa	Mestre	Gestão/Management	100	Ficha submetida
David Leonard Patient	Doutor	Comportamento Organizacional/Organizational Behavior	100	Ficha submetida
José Filipe Garcia Corrêa Guedes	Doutor	Finanças/Finance	100	Ficha submetida
José Guilherme da Ponte Metello de Almeida e Brito	Doutor	Finanças/Finance	100	Ficha submetida
Manuel Favila Vieira Leite Monteiro	Doutor	Economia/Economics	100	Ficha submetida
Paulo José Jubilado Soares de Pinho	Doutor	Finanças/ Finance	100	Ficha submetida
Pedro Manuel Sousa Mendes Oliveira	Doutor	Operações, Tecnologia e Gestão de Inovação/Operations, Technology and Innovation Management	100	Ficha submetida
Raimundo Wilson Bastos Sales Neto	Doutor	Marketing	100	Ficha submetida
Céline Dora Judith Abecassis-Moedas	Doutor	Gestão/Management	100	Ficha submetida
Rita Miguel Ramos Dias Coelho do Vale	Doutor	Gestão/Management	100	Ficha submetida
Francisco Miguel Rogado Salvador Pinheiro Veloso	Doutor	Tecnologia, Gestão e Política/Technology, Management and Policy	100	Ficha submetida
Kyryl Mykhailovitch Lakishyk	Doutor	Marketing & Gestão Empresarial/Business Administration	100	Ficha submetida
Paulo Nuno Gonçalves Santos Lopes	Doutor	Psicologia/Psychology	100	Ficha submetida

Maria de Fátima Henriques da Silva Barros Bertoldi	Doutor	Economia/Economics	92	Ficha submetida
João Luís Traça Borges de Assunção	Doutor	Gestão/Management	100	Ficha submetida
Joana Cardoso Fontes	Doutor	Finanças e Contabilidade/Accounting and Finance	100	Ficha submetida
Maria Cristina Franco Neto de Carvalho Andrade Tavares	Doutor	Gestão/Management	50	Ficha submetida
Nazli Mukadder Turan	Doutor	Comportamento Organizacional/Organizational Behavior	100	Ficha submetida
Maria Teresa Vieira de Oliveira	Doutor	Economia da Inovação/ Innovation Economics	100	Ficha submetida
Luís Tavares de Almeida Costa	Doutor	Gestão de Empresas/Business Administration	100	Ficha submetida
Duarte Pitta Ferraz	Doutor	Gestão Empresarial/Business Administration	100	Ficha submetida
Steffen Hoernig	Doutor	Economia/Economics	100	Ficha submetida
Alper Nakkas	Doutor	Economia/ Economics	100	Ficha submetida
Pedro Miguel Miranda Neves	Doutor	Psicologia Social e das Organizações - especialidade Comportamento Organizacional/Social and Organizational Psychology - specialization in Social/Organizational Behavior	100	Ficha submetida
Luís Rainho Catela Nunes	Doutor	Economia/Economics	100	Ficha submetida
Avelino Miguel Mota de Pina e Cunha	Doutor	Marketing	100	Ficha submetida
Melissa Porras Prado	Doutor	Finanças/Finance	100	Ficha submetida
André Castro Silva	Doutor	Economia/Economics	100	Ficha submetida
Catherine Thérèse Laurence Jouven da Silveira	Doutor	Marketing	100	Ficha submetida
Joana Story	Doutor	Recursos Humanos/Human Resources	100	Ficha submetida
José Albuquerque Tavares	Doutor	Economia/Economics	100	Ficha submetida
Daniel Monteiro Palhares Traça	Doutor	Economia/Economics	100	Ficha submetida
Maria João Martins Ferreira Major	Doutor	Contabilidade e Finanças/Accounting and Finance	100	Ficha submetida
João Pedro dos Santos Sousa Pereira	Doutor	Finanças/Finance	100	Ficha submetida
Fernando Anjos	Doutor	Economia Financeira/Financial Economics	50	Ficha submetida
Luís Filipe Neves Brites Pereira	Doutor	Economia Internacional/International Economics	50	Ficha submetida
Manuela Calhau	Licenciado	Economia/Economics	10	Ficha submetida
José Miguel Júdice	Licenciado	Direito / Law	50	Ficha submetida
José Adriano Vieira Marques de Jesus Freire	Doutor	Gestão/Management	50	Ficha submetida
Gonçalo Leónidas Ferreira da Rocha	Doutor	Finanças / Finance	50	Ficha submetida
Paulo Cardoso do Amaral	Doutor	Sistemas de Informação/Information Systems	50	Ficha submetida
António Sarmento Gomes Mota	Doutor	Gestão / Management	10	Ficha submetida
Clara Christina Streit	Mestre	Finanças e Contabilidade/Finance & Accounting	10	Ficha submetida
Diogo Lopes Pereira	Licenciado	Gestão/Management	10	Ficha submetida
Vikas Shah	Licenciado	Gestão/ Management	10	Ficha submetida
Maria Isabel da Silva Marques Abranches Viegas	Mestre	Recursos Humanos	10	Ficha submetida
John Akula	Doutor	Direito/ Law	10	Ficha submetida
Leigh G. Hafrey	Doutor	Ciências Comportamentais e Políticas/ Behavioral and Policy Sciences	10	Ficha submetida

Christine Kelly	Mestre	Teatro/ Theater	10	Ficha submetida
Pierre Azoulay	Doutor	Gestão/ Management	10	Ficha submetida
Roberto Fernandez	Doutor	Sociologia/ Sociology	10	Ficha submetida
Roberto Rigobon	Doutor	Economia/ Economics	10	Ficha submetida
Miguel Luís Sousa de Almeida Ferreira	Doutor	Finanças/ Finance	100	Ficha submetida
			3962	

<sem resposta>

4.2. Dados percentuais da equipa docente do ciclo de estudos (todas as percentagens são sobre o nº total de docentes ETI)

4.2.1. Corpo docente próprio do ciclo de estudos

4.2.1. Corpo docente próprio do ciclo de estudos / Full time teaching staff

Corpo docente próprio / Full time teaching staff	Nº / No.	Percentagem* / Percentage*
Nº de docentes do ciclo de estudos em tempo integral na instituição / No. of full time teachers:	34	85,82

4.2.2. Corpo docente do ciclo de estudos academicamente qualificado

4.2.2. Corpo docente do ciclo de estudos academicamente qualificado / Academically qualified teaching staff

Corpo docente academicamente qualificado / Academically qualified teaching staff	N.º / No.	Percentagem* / Percentage*
Docentes do ciclo de estudos com o grau de doutor (ETI) / Teaching staff with a PhD (FTE):	46	116,1

4.2.3. Corpo docente do ciclo de estudos especializado

4.2.3. Corpo docente do ciclo de estudos especializado / Specialized teaching staff

Corpo docente especializado / Specialized teaching staff	N.º / No.	Percentagem* / Percentage*
Docentes do ciclo de estudos com o grau de doutor especializados nas áreas fundamentais do ciclo de estudos (ETI) / Teaching staff with a PhD, specialized in the main areas of the study programme (FTE):	46	116,1
Especialistas, não doutorados, de reconhecida experiência e competência profissional nas áreas fundamentais do ciclo de estudos (ETI) / Specialists, without a PhD, of recognized professional experience and competence, in the main areas of the study programme (FTE):	7	17,67

4.2.4. Estabilidade do corpo docente e dinâmica de formação

4.2.4. Estabilidade do corpo docente e dinâmica de formação / Teaching staff stability and training dynamics

Estabilidade e dinâmica de formação / Stability and training dynamics	N.º / No.	Percentagem* / Percentage*
Docentes do ciclo de estudos em tempo integral com uma ligação à instituição por um período superior a três anos / Full time teaching staff with a link to the institution for a period over three years:	34	85,82
Docentes do ciclo de estudos inscritos em programas de doutoramento há mais de um ano (ETI) / Teaching staff registered in a doctoral programme for more than one year (FTE):	0	0

4.3. Procedimento de avaliação do desempenho

4.3. Procedimento de avaliação do desempenho do pessoal docente e medidas para a sua permanente atualização:

Os docentes são avaliados pelos alunos, de uma forma anónima, no fim de cada disciplina e/ou actividade.

Anualmente, os docentes elaboram relatórios de actividade que são avaliados pela direção da escola e respectivo conselho científico para aferir o desempenho nas dimensões investigação, docência e serviço.

Grande parte dos professores do programa são professores de carreira das respectivas escolas, sendo-lhes exigido um bom desempenho nas áreas de investigação, docência e serviço.

4.3. Teaching staff performance evaluation procedures and measures for its permanent updating:

At the end of each course, the faculty is evaluated by students in an anonymous way.

Professors need to produce a yearly report to be analyzed by the scientific council and the board of directors of the school. This report evaluates the dimensions of teaching and quantity and quality of research.

The majority of the faculty who teaches in the program is full-time professors of both schools and, thus, they are evaluated accordingly to the school standards.

5. Atividades de formação e investigação

Mapa V - 5.1. Centro(s) de investigação, na área do ciclo de estudos, em que os docentes desenvolvem a sua atividade científica

5.1. Mapa V Centro(s) de investigação, na área do ciclo de estudos, em que os docentes desenvolvem a sua actividade científica / Research Centre(s) in the area of the study programme, where the teachers develop their scientific activities

Centro de Investigação / Research Centre	Classificação (FCT) / Mark (FCT)	IES / Institution	Observações / Observations
CUBE - Catolica Research Unit of Business and Economics	n.a	Universidade Católica Portuguesa	n.a
Nova School of Business and Economics	n.a	Universidade Nova de Lisboa	n.a
National Bureau of Economic Research	n.a	MIT - Massachusetts Institute of Technology	n.a

Perguntas 5.2 e 5.3

5.2. Mapa resumo de publicações científicas do corpo docente do ciclo de estudos, na área predominante do ciclo de estudos, em revistas internacionais com revisão por pares, nos últimos cinco anos (referenciação em formato APA):

<http://a3es.pt/si/iportal.php/cv/scientific-publication/formId/34681c8a-5daa-1b31-67eb-564385bf3a7d>

5.3. 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:

*Parceria com universidades internacionais (Fudan, Insper, Egade) para alunos do programa Full Time;
Programas de intercâmbio para os alunos do programa Part Time em parceria com UCLA, RSM, FEU e Coppead.*

5.3. List of the main projects and/or national and international partnerships, integrating the scientific, technological, cultural and artistic activities developed in the area of the study programme:

*Partnership with international universities (Fudan, Insper, Egade) for students in the Full Time program;
Exchange Program for a term in the part time program with UCLA, RSM, FEU and Coppead.*

6. Atividades de desenvolvimento tecnológico e artísticas, prestação de serviços à comunidade e formação avançada

6.1. Descreva estas atividades e se a sua oferta corresponde às necessidades do mercado, à missão e aos objetivos da instituição:

não aplicavel

6.1. Describe these activities and if they correspond to the market needs and to the mission and objectives of the institution:

not applicable

7. Estágios e/ou Formação em Serviço

7.1. e 7.2 Locais de estágio e/ou formação em serviço (quando aplicável)

Mapa VI - Protocolos de Cooperação

Mapa VI - Alunos Full time estão em junho no MIT e Julho e Agosto fazem projectos em empresas

7.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:

Alunos Full time estão em junho no MIT e Julho e Agosto fazem projectos em empresas

7.1.2. Protocolo (PDF, máx. 150kB):

<sem resposta>

Mapa VII. Plano de distribuição dos estudantes

7.2. Mapa VII. Plano de distribuição dos estudantes pelos locais de estágio e/ou formação em serviço demonstrando a adequação dos recursos disponíveis.(PDF, máx. 100kB).

[7.2._LIST OF COMPANIES ENROLLED IN THE SUMMER PROJECTS.pdf](#)

7.3. Recursos próprios da Instituição para acompanhamento efectivo dos seus estudantes nos estágios e/ou formação em serviço.

7.3. Recursos próprios da Instituição para o acompanhamento efectivo dos seus estudantes nos estágios e/ou formação em serviço:

O acompanhamento é feito pelo Director de Carreiras, por um coordenador (quadro da empresa) se o estágio for numa empresa e por um professor sempre que é efectuado um projecto de consultoria internacional com uma universidade parceira ou pelo Director Executivo da Start UP Lisboa quando o que está em causa é o desenvolvimento de um projecto de empreendedorismo.

7.3. Resources of the Institution to effectively follow its students during the in-service training periods:

Follow-up is done by the Director of Career Management Center, by a coordinator (company's board) if the internship is in a company, and by a teacher whenever an international consulting project is carried out with a partner university, or by the Executive Director of Start UP Lisboa when it comes to the development of an entrepreneurship project.

7.4. Orientadores cooperantes

Mapa VIII. Normas para a avaliação e selecção dos elementos das instituições de estágio e/ou formação em serviço responsáveis por acompanhar os estudantes

7.4.1 Mapa VIII. Mecanismos de avaliação e selecção 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>

Mapa IX. Orientadores cooperantes de estágio e/ou formação em serviço (obrigatório para ciclo de estudos de formação de professores)

Mapa IX. Orientadores cooperantes de estágio e/ou formação em serviço (para ciclo de estudos de formação de professores) / Map IX. External supervisors responsible for following the students' activities (only for teacher training study programmes)

Nome / Name	Instituição ou estabelecimento a que pertence / Institution	Categoria Profissional / Professional Title	Habilitação Profissional (1)/ Professional Qualifications (1)	Nº de anos de serviço / No of working years
----------------	--	--	--	--

<sem resposta>

8. Estudantes e Ambientes de Ensino/Aprendizagem

8.1. Caracterização dos estudantes

8.1.1. Caracterização dos estudantes inscritos no ciclo de estudos, incluindo o seu género e idade**8.1.1.1. Por Género****8.1.1.1.1. Caracterização por género / Characterisation by gender**

Género / Gender	%
Feminino / Female	28
Masculino / Male	72

8.1.1.2. Por Idade**8.1.1.2.1. Caracterização por idade / Characterisation by age**

Idade / Age	%
Até 20 anos / Under 20 years	0
20-23 anos / 20-23 years	0
24-27 anos / 24-27 years	14
28 e mais anos / 28 years and more	86

8.1.2. Número de estudantes por ano curricular (ano letivo em curso)**8.1.2.1. Número de estudantes por ano curricular (ano letivo em curso) / Number of students per curricular year (current academic year)**

Ano Curricular / Curricular Year	Número / Number
The Lisbon MBA Internacional (Full time)	33
The LisbonMBA Part time (executivo) 1º ano curricular	34
The LisbonMBA Part time (executivo) 2º ano curricular	45
	112

8.1.3. Procura do ciclo de estudos por parte dos potenciais estudantes nos últimos 3 anos.**8.1.3.1. Procura do ciclo de estudos / Study programme's demand**

	Penúltimo ano / One before the last year	Último ano/ Last year	Ano corrente / Current year
N.º de vagas / No. of vacancies	120	120	120
N.º candidatos 1.ª opção, 1ª fase / No. 1st option, 1st fase candidates	103	102	97
Nota mínima do último colocado na 1ª fase / Minimum entrance mark of last accepted candidate in 1st fase	0	0	0
N.º matriculados 1.ª opção, 1ª fase / No. 1st option, 1st fase enrolments	0	0	0
N.º total matriculados / Total no. enrolled students	81	79	68

8.1.4. Eventual informação adicional sobre a caracterização dos estudantes (designadamente para discriminação de informação por ramos)**8.1.4.1. Eventual informação adicional sobre a caracterização dos estudantes (designadamente para discriminação de informação por ramos)**

O programa Full Time tem uma componente internacional e, como tal, 35% dos estudantes vêm do estrangeiro, principalmente da Índia, México, Espanha, Colômbia e Holanda.

Em relação ao programa Part Time, a maioria dos alunos são portugueses, uma vez que se encontram a trabalhar.

8.1.4.2. Additional information about the students' characterisation (information about the students' distribution by the branches)

The Full Time program has a very international approach and, as so, 35% of the students came from abroad, mainly from India, Mexico, Spain, Colombia and Holland.

Regarding the part-time program, we mostly have Portuguese students because they are usually employed.

9. Resultados académicos e internacionalização do ensino

9.1. Resultados Académicos

9.1.1. Eficiência formativa.

9.1.1. Eficiência formativa / Graduation efficiency

	Antepenúltimo ano / Two before the last year	Penúltimo ano / One before the last year	Último ano / Last year
N.º diplomados / No. of graduates	76	80	72
N.º diplomados em N anos / No. of graduates in N years*	74	76	72
N.º diplomados em N+1 anos / No. of graduates in N+1 years	2	4	0
N.º diplomados em N+2 anos / No. of graduates in N+2 years	0	0	0
N.º diplomados em mais de N+2 anos / No. of graduates in more than N+2 years	0	0	0

Perguntas 9.1.2. a 9.1.3.

9.1.2. Comparação do sucesso escolar nas diferentes áreas científicas do ciclo de estudos e respetivas unidades curriculares.

Numa escala 1 a 7 a média da generalidade das disciplinas leccionadas foi de 5,5 com um mínimo de 3,8 e um máximo de 6,77.

Numa escala 1 a 7 a média atingida pelos Professores foi de 5,62 com um mínimo de 3 e um máximo de 7

Numa escala 1 a 7 a média das disciplinas obrigatórias foi de 5,45 com um mínimo de 4,4 e um máximo de 6,72.

Enquanto que na mesma escala e só para as disciplinas obrigatórias os professores atingiram uma média de 5,57 com um mínimo de 4,3 e 6,84

9.1.2. Comparison of the academic success in the different scientific areas of the study programme and related curricular units.

On a scale 1-7 the average all the courses taught was 5.5 with a minimum of 3.8 and a maximum of 6.77.

On a scale 1 to 7 the average obtained by Professors was 5.62 with a minimum of 3 and a maximum of 7

On a scale 1-7 the average of mandatory subjects was 5.45 with a minimum of 4.4 and a maximum of 6.72.

While in the same scale and only to the mandatory courses teachers reached an average of 5.57 with a minimum of 4.3 and 6.84

9.1.3. Forma como os resultados da monitorização do sucesso escolar são utilizados para a definição de ações de melhoria do mesmo.

Os inquéritos avaliam a qualidade do docente e a relevância da cadeira.

Além da escala quantitativa, existem também questões relacionadas com o que funcionou melhor e quais as sugestões para melhoramento.

Os inquéritos são analisados pelo conselho de coordenadores, que decidem se o professor deverá ser mantido ou substituído.

Os diretores académicos têm reuniões individuais com os professores de forma a decidir quais as mudanças a implementar com base na opinião dos alunos.

Os inquéritos respondidos pelos alunos no final de cada cadeira, onde a pertinência da cadeira e do professor são avaliados, são utilizados para decidir os ajustes e melhoramentos a fazer para o ano seguinte em relação à permanência da cadeira e do professor.

9.1.3. Use of the results of monitoring academic success to define improvement actions.

The surveys evaluate the quality of the professor and relevance of the course.

Besides the quantitative scale there are also some questions related with what worked well and what are the suggestions for improvement.

The surveys are analysed by the coordinator council who decides if the professor should be kept or replaced.

The academic directors have individual meetings with the professors to decide which changes should be introduced based on students feedback.

The surveys answered by the students at the end of each course where the evaluating of the appropriateness of the course and teacher performance are made, are used to produce the following year adjustments regarding the maintenance of course or the teacher's maintenance.

9.1.4. Empregabilidade.

9.1.4. Empregabilidade / Employability

Percentagem de diplomados que obtiveram emprego em sectores de atividade relacionados com a área do ciclo de estudos / Percentage of graduates that obtained employment in areas of activity related with the study programme's area.	90
Percentagem de diplomados que obtiveram emprego em outros sectores de atividade / Percentage of graduates that obtained employment in other areas of activity	10
Percentagem de diplomados que obtiveram emprego até um ano depois de concluído o ciclo de estudos / Percentage of graduates that obtained employment until one year after graduating	100

9.2. Internacionalização do ensino

9.2.1. Nível de internacionalização (dados relativos ao ciclo de estudos) / Internationalisation level (Study programme data)

	%
Percentagem de alunos estrangeiros matriculados no ciclo de estudos / Percentage of foreign students enrolled in the study programme	24
Percentagem de alunos em programas internacionais de mobilidade (in) / Percentage of students in international mobility programs (in)	24
Percentagem de alunos em programas internacionais de mobilidade (out) / Percentage of students in international mobility programs (out)	100
Percentagem de docentes estrangeiros, incluindo docentes em mobilidade (in) / Percentage of foreign teaching staff (in)	27
Mobilidade de docentes na área científica do ciclo de estudos (out) / Percentage of teaching staff in mobility (out)	27

10. Análise SWOT do ciclo de estudos

10.1. Pontos fortes:

- *Reputação, experiência e prestígio das Universidades NOVA e Católica;*
- *Curriculum e experiência do corpo docente;*
- *Experiência na oferta de MBA por parte de ambas as Universidades (os antigos MBAs da NOVA e da Católica foram os primeiros MBAs a serem oferecidos em Portugal);*
- *Parceria com o MIT no âmbito do programa internacional;*
- *Relação com o mundo corporativo – empresas parceiras;*
- *Qualidade do corpo discente;*
- *Apoio individual a cada aluno;*
- *Parceria com universidades internacionais (Fudan, Insper, Egade) para alunos do programa Full Time;*
- *Programas de intercâmbio para os alunos do programa Part Time em parceria com UCLA, RSM, FEU e Coppead.*

10.1. Strengths:

- *Reputation, experience and prestige of the Catholic University and NOVA University.*
- *Curriculum and Faculty Experience;*
- *Experience in offering MBA by both universities (the former MBAs of NOVA and Católica were the first MBAs to be offered in Portugal);*
- *Partnership with MIT under the international program;*
- *Relationship with the corporate world - corporate partners;*
- *Quality of the student body;*
- *Individual support to students;*
- *Partnership with international universities (Fudan, Insper, Egade) for students in the Full Time program;*
- *Exchange Program for a term in the part time program with UCLA, RSM, FEU and Coppead.*

10.2. Pontos fracos:

- *Juventude da marca The Lisbon MBA no mercado internacional, com as correspondentes repercussões no reconhecimento dos empregadores internacionais;*
- *Dificuldade em atrair candidatos portugueses patrocinados por empresas Portuguesas, principalmente no Programa de Full Time;*
- *Existência de dois campus, o que causa problemas com questões logísticas e relacionadas com staff e professores.*

10.2. Weaknesses:

- *The Lisbon MBA has a very recent appearance in the international market, with its consequent repercussions in how the recruiters perceive us;*
- *Difficulty in attracting Portuguese applicants who are sponsored by Portuguese companies, mainly in the Full Time program;*
- *The existence of two campus, which causes problems in terms of logistics and issues related with staff and faculty.*

10.3. Oportunidades:

Possibilidade de lançamento de novas ofertas sob a marca The Lisbon MBA que complementem os programas internacional e part-time

Alavancagem da actividade de ambas Universidades no mercado internacional pela atractividade que o The Lisbon MBA internacional está a criar em determinados mercados

*Alargamento da rede de antigos alunos de ambas Universidades
Alavancar Lisboa como start up, estilo, custo de vida e segurança em Portugal .*

10.3. Opportunities:

Possibility of launching new offerings under the brand The Lisbon MBA that complement the International and Part-Time programs

Leveraging the activity of both Universities in the international market to make The Lisbon MBA more attractive for entering certain markets.

Extending the network of alumni from both universities.

10.4. Constrangimentos:

Mercado de Trabalho actual pode condicionar negativamente a colocação dos alunos.

Posicionamento das empresas portuguesas face à situação económica actual do país pode diminuir o interesse em suportar alunos durante o MBA.

Dificuldade na colocação em empresas fora de Portugal pode condicionar interesse de alunos estrangeiros

Instabilidade internacional

10.4. Threats:

The actual economy affect negatively placement of students.

Given the current economic situation of the country, the interest of portuguese companies in supporting their employees can be reduced.

Difficulty of employment in companies outside of Portugal may condition interest of foreign students

11. Proposta de ações de melhoria

11.1. Ações de melhoria do ciclo de estudos

11.1.1. Ação de melhoria

Uniformização dos programas, com a reformulação dos períodos de estudo. Esta mudança irá igualmente permitir que os alunos de Part Time e do Full Time possam ter as disciplinas optativas em conjunto. Desta forma os alunos do part-time passam a poder desenvolver laços com alunos estrangeiros e reforçando assim a componente internacional deste programa.

Simultaneamente, e uma vez que o grupo total de alunos a frequentar disciplinas optativas aumente, permitirá desenvolver nova oferta de novas disciplinas em consonância com as novas tendências de mercado.

Por ultimo os alunos de full time passam a estar expostos a pessoas que se encontram no mercado de trabalho aumentando assim as suas possibilidades de acesso ao mercado de emprego.

Também a reformulação do Leadership Stream - 360° Development Program, tornando-o num ciclo de desenvolvimento de competências integrado com a política de carreiras, será uma das vertentes a implementar

11.1.1. Improvement measure

Standardization of both programs, with the reformulation of study periods. This change will also allow the Part Time and Full Time students to have the elective courses together. This way, the part-time students will have the opportunity to establish bonds with colleagues from abroad, reinforcing the international scope of the program.

At the same time, and as soon as the total number of students enrolled in elective courses increases, this will allow the offer of new courses in accordance with the market trends.

Lastly, the Full Time students will be exposed to people who are currently in the job market, increasing their opportunities of employability.

The reformulation of the Leadership Stream - 360° Development Program, making it a cycle of skills development integrated with the careers policy, will also be one of the approaches to be applied.

11.1.2. Prioridade (alta, média, baixa) e tempo de implementação da medida

Este objectivo será concretizado ao longo do último trimestre do próximo ano letivo (último trimestre de 2017).

11.1.2. Priority (High, Medium, Low) and implementation timeline.

This goal will be accomplished throughout the last quarter of the next academic year (last trimester of 2017).

11.1.3. Indicadores de implementação

- *Nº de optativas novas;*
- *Nº de alunos em cada optativa;*
- *Grau de satisfação com a oferta fornecida.*

11.1.3. Implementation indicators

- *Number of new elective courses;*
- *Number of students in each elective course;*
- *Satisfaction rate with the offer provided.*