

Caraterização da Unidade Curricular / Characterisation of the Curricular Unit

Designação da Unidade Curricular / Curricular Unit:	[3182179] Projeto [3182179] Project Work		
Plano / Plan:	Licenciatura em Gestão de Empresas V4 (Pós-Laboral)		
Curso / Course:	Licenciatura em Gestão de Empresas (Pós-Laboral) Business Management (evening course)		
Grau / Diploma:	Licenciado		
Departamento / Department:	Departamento de Gestão		
Unidade Orgânica / Organic Unit:	Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu		
Área Científica / Scientific Area:	Ciências Empresariais		
Ano Curricular / Curricular Year:	3		
Período / Term:	S2		
ECTS:	15		
Horas de Trabalho / Work Hours:	0397:30		
Horas de Contacto/Contact Hours:			
(T) Teóricas/Theoretical:	0000:00	(TC) Trabalho de Campo/Fieldwork:	0000:00
(TP) Teórico-Práticas/Theoretical-Practical:	0019:30	(OT) Orientação Tutorial/Tutorial Orientation:	0019:30
(P) Práticas/Practical:	0000:00	(E) Estágio/Internship:	0000:00
(PL) Práticas Laboratoriais/Practical Labs:	0000:00	(O) Outras/Others:	0000:00
(S) Seminário/Seminar:	0000:00		

Docente Responsável / Responsible Teaching

[3104] Joaquim Gonçalves Antunes

Docentes que lecionam / Teaching staff

[3104] Joaquim Gonçalves Antunes

[3329] PEDRO MANUEL NOGUEIRA REIS

Objetivos de Aprendizagem

- a. Proporcionar aos alunos a oportunidade de aplicação prática integrada dos conhecimentos adquiridos nas diversas unidades curriculares ao longo do curso.
- b. Desenvolver e consolidar os conhecimentos adquiridos pelos alunos e proporcionar uma efectiva ligação da teoria à prática.
- c. Desenvolver o espírito de inovação e iniciativa dos alunos.
- d. Desenvolver as capacidades para trabalhar em equipa e para resolver problemas

Learning Outcomes of the Curricular Unit

- a. Give students the opportunity to apply the knowledge acquired in the various curricular units throughout their study.
- b. Develop and consolidate the knowledge acquired by students and provide an effective connection between theory and practice.
- c. Develop an innovative and initiative spirit in students.
- d. Develop team work and problem solving skills.

Conteudos Programáticos (Lim:1000)

- Os trabalhos a realizar poderão ser de diferente natureza indicando-se, a título de exemplo, os seguintes:
- Elaboração de um projecto empresarial que tenha por base a constituição de uma empresa a partir de um negócio com características inovadoras ou a reformulação, nesta mesma base, de uma empresa já existente;
 - Elaboração de um projecto no seio de uma empresa com vista à resolução de um problema detectado;
 - Elaboração de um projecto de desenvolvimento de uma empresa familiar do aluno;

Syllabus (Lim:1000)

The work carried out by students in this course will be of various natures, such as:

- a business project based on the constitution of a company from a business with innovative features; or reformulating an existing company;
- a project within a company with the aim of solving a previously detected problem.
- a project of developing the student's family business

Metodologias de Ensino (Avaliação incluída; Lim:1000)

Sessões em sala de aula: Sessões dedicadas à decisão dos temas dos trabalhos e definição do modelo de negocio ou do plano de trabalho que se irá realizar e apresentação dos trabalhos para toda a turma. Numa segunda fase, é feita uma sistematização, por parte dos docentes, de conhecimentos relevantes nos domínios do marketing e finanças. No final, os alunos fazem uma segunda apresentação do trabalho realizado. Podem ser realizadas sessões fora da sala de aula.

Avaliação: através de apresentação oral do trabalho escrito e discussão pública efetuada perante um júri constituído pelos docentes da unidade curricular e por outro docente do Departamento de Gestão, nomeado pelo Diretor de Curso, sob proposta daqueles.

Teaching Methodologies (Including evaluation; Lim:1000)

Classroom sessions: Sessions devoted to the decision of the themes of work and definition of the business model or work plan that will perform the work and presentation for the whole class. In a second phase, a systematization is made by teachers, relevant knowledge in the areas of marketing and finance. In the end, the students make a second presentation of the work done. Sessions can be conducted outside the classroom.

The evaluation is done through oral presentation of written work and public discussion conducted before a jury composed by teachers of the course and the other faculty of the Department of Management, appointed by the Course Director, on a proposal from those.

Bibliografia de Consulta (Lim:1000)

Baines, P. & Fill, C. & Page, K. (2011). Marketing. (2ª ed.). Oxford: Oxford University Press

Esperança, J. P. e Matias, F. (2009). Finanças empresariais (2ª ed.). Texto Editores, Lda.

Ferreira, M. P., Santos, J. C. & Serra, F.R. (2010). Ser empreendedor: Pensar, criar e moldar a nova empresa (2ª ed.). Edições Sílabo, Lda.

Finch, Brian (2010), Como Elaborar um Plano de Negócios. Smartbook.

Kotler, P. & Keller, K. L. & Brady, M. & Goodman, M & Hansen, T. (2009). Marketing Management. Essex: Pearson Education.

Lovelock C. & Wirtz, J. (2010), Services Marketing. People, technology, strategy. (7 Ed.). Pearson, Prentice Hall.

Zeithamal, V. A. & Bitner, M. J. & Gremler, D. D. (2009), Services Marketing: integrating customer focus across the firm. (5 Ed.). McGraw-Hill International Editions.

Bibliography (Lim:1000)

Baines, P. & Fill, C. & Page, K. (2008). Marketing. Oxford: Oxford University Press

Esperança, J. P. e Matias, F. (2009). Finanças empresariais (2ª ed.). Texto Editores, Lda.

Ferreira, M. P., Santos, J. C. & Serra, F.R. (2010). Ser empreendedor: Pensar, criar e moldar a nova empresa (2ª ed.). Edições Sílabo, Lda.

Finch, Brian (2010), Como Elaborar um Plano de Negócios. Ed. Smartbook.

Kotler, P. & Keller, K. L. & Brady, M. & Goodman, M & Hansen, T. (2009). Marketing Management. Essex: Pearson Education.

Lovelock C. & Wirtz, J. (2010), Services Marketing. People, technology, strategy. (7 Ed.). Pearson, Prentice Hall.

Zeithamal, V. A. & Bitner, M. J. & Gremler, D. D. (2009), Services Marketing: integrating customer focus across the firm. (5 Ed.). McGraw-Hill International Editions.

Observações

«Observações»

Observations

«Observations»

Observações complementares

Inválido para efeito de certificação