
Ano Letivo 2019-20

Unidade Curricular ECONOMIA I

Cursos MARKETING (1.º ciclo)

Unidade Orgânica Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo

Código da Unidade Curricular 15161038

Área Científica ECONOMIA

Sigla

Línguas de Aprendizagem PT

Modalidade de ensino Presencial

Docente Responsável Paulo Manuel Roque Águas

DOCENTE	TIPO DE AULA	TURMAS	TOTAL HORAS DE CONTACTO (*)
Paulo Manuel Roque Águas	OT; TP	TP1; OT1	42TP; 3OT

* Para turmas lecionadas conjuntamente, apenas é contabilizada a carga horária de uma delas.

ANO	PERÍODO DE FUNCIONAMENTO*	HORAS DE CONTACTO	HORAS TOTAIS DE TRABALHO	ECTS
2º	S2	45TP; 4,5OT	112	4

* A-Anual;S-Semestral;Q-Quadrimestral;T-Trimestral

Precedências

Sem precedências

Conhecimentos Prévios recomendados

Não se aplica

Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências)

A finalidade da unidade curricular é a de iniciar os estudantes nos princípios básicos da Ciência Económica. Explicar os fundamentos da teoria Económica, para que compreendam o comportamento dos principais agentes económicos, assim como, a caracterização e funcionamento dos mercados. Pretende-se que os estudantes saibam identificar e analisar os diversos tipos de estruturas de mercado e compreender as principais variáveis macroeconómicas que condicionam a atividade da empresa numa economia.

Conteúdos programáticos

I - Introdução: natureza e âmbito da economia

Economia como ciência social; Breve história do pensamento económico; Escassez e escolha; Problema económico; Papel do Estado e do mercado na atividade económica; Fronteira de possibilidades de produção, Cruz de Marshall.

II - Teoria do Consumidor:

Restrição orçamental; Preferências, Utilidade e curva da procura; Conceito de elasticidade da procura; Excedente do consumidor; Procura individual e de mercado.

III - Teoria do Produtor:

Inputs, outputs e produção; Tecnologia; Maximização do lucro; Minimização de custos; Oferta das empresas; Estruturas de mercado.

IV - Introdução à Macroeconomia;

Circuito económico, Contabilidade nacional; O ciclo económico; Crescimento económico de longo prazo; Introdução ao modelo keynesiano; procura e oferta agregadas, Multiplicador; Economia Política.

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

A finalidade da unidade curricular é a de iniciar os estudantes nos princípios básicos da Ciência Económica. Explicar os fundamentos da teoria Económica, para que compreendam o comportamento dos principais agentes económicos, assim como, a caracterização e funcionamento dos mercados. Pretende-se que os estudantes saibam identificar e analisar os diversos tipos de estruturas de mercado e compreender as principais variáveis macroeconómicas que condicionam a atividade da empresa numa economia.

Metodologias de ensino (avaliação incluída)

Participação ativa e crítica dos estudantes no processo de ensino-aprendizagem. Teoria complementada com modelos económicos de enquadramento dos objetivos, por exercícios e questões sobre a consolidação dos conceitos base.

Duas aulas semanais de natureza teórico-prática, com a duração de 1h30m cada.

A avaliação da unidade curricular é constituída por uma Componente de Avaliação por Frequência (CAF) + Exame (peso 60%).

- Avaliação da CAF: 1º teste, 50%; 2º teste 50%;

- Admissão a exame: CAF \geq 6 valores

- Dispensa de exame: CAF \geq 12 valores

- Caso seja favorável ao aluno, a nota de exame de época normal pondera com a CAF para o cálculo da nota de admissão a exames posteriores durante o ano letivo de obtenção da CAF.

- Na época especial de conclusão de curso ou de melhoria de classificação, o resultado do exame corresponde a 100% da nota da UC.

- O aluno pode utilizar a CAF obtida no ano letivo anterior na UC, mediante solicitação prévia, por escrito, ao docente.

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

No final da unidade curricular o estudante deverá estar habilitado à execução das seguintes competências genéricas: a) Desenvolvimento da reflexão crítica, das capacidades de pensamento lógico e do raciocínio próprio da análise económica; b) Aplicação do raciocínio económico às questões da vida real; c) Aquisição dos conceitos, princípios e instrumentos analíticos básicos necessários à aprendizagem das matérias que integram as restantes unidades curriculares do curso.

Bibliografia principal

Amaral, João Ferreira do et al (2002). Introdução à Macroeconomia. Escolar Editora. Lisboa.

Dornbusch, Rudiger (1998). Macroeconomia. 7ª edição. McGraw-Hill.

Frank, R. H. (1998). Microeconomia e Comportamento. 3ª ed., McGrawHill.

Krugman, Paul e Robin Wells (2007). Introdução à Economia. Tradução de Elga Hoffmann, Ensvier/Campus. 2ª edição. Rio de Janeiro.

Neves, João Luís César (2011). Introdução à Economia. 9ª ed., Editorial Verbo.

Samuelson & Nordhaus (2010). Economia. 19ª edição, McGraw-Hill.

Santos, Jorge et al (1994). Macroeconomia: Exercícios e Teoria. 1ª edição. McGraw-Hill

Varian, Hal R. (2006). Microeconomia Princípios Básicos: Uma Abordagem Moderna, Tradução 7ª ed. Americana, Editora Campus.

Academic Year 2019-20

Course unit ECONOMICS I

Courses MARKETING

Faculty / School SCHOOL OF MANAGEMENT, HOSPITALITY AND TOURISM

Main Scientific Area ECONOMIA

Acronym

Language of instruction Portuguese.

Teaching/Learning modality Presential.

Coordinating teacher Paulo Manuel Roque Águas

Teaching staff	Type	Classes	Hours (*)
Paulo Manuel Roque Águas	OT; TP	TP1; OT1	42TP; 3OT

* For classes taught jointly, it is only accounted the workload of one.

Contact hours

T	TP	PL	TC	S	E	OT	O	Total
0	45	0	0	0	0	4,5	0	112

T - Theoretical; TP - Theoretical and practical ; PL - Practical and laboratorial; TC - Field Work; S - Seminar; E - Training; OT - Tutorial; O - Other

Pre-requisites

no pre-requisites

Prior knowledge and skills

not applicable

The students intended learning outcomes (knowledge, skills and competences)

At the end of the curricular unit the student should be able to: a) Develop critical reflection in the context of economic analysis; b) Apply economic reasoning to real-life issues; c) Acquire the concepts, principles and analytical tools needed to understand the content of other units in the course curriculum; d) Understand customer behaviour, business decisions and markets behaviour. e) Understand the key macroeconomic variables that affect the company's activity in an economy; f) Diagnose the macroeconomic environment and have the ability to anticipate their influence on a particular sector of economic activity and on a particular company; g) Understand economic policy measures and their effects

Syllabus

I - Introduction: the nature and scope of economics, economics as a social science, a brief history of economics, scarcity and choice, the economic problem, the role of state and market in economic activity, the production possibility frontier, the Marshallian Cross. II - Consumer theory: budget constraint, preferences, utility, demand curve, the concept of elasticity and demand, consumer surplus, individual demand and market demand. III - Producer theory: Inputs, outputs and production, technology, profit maximization, cost minimization, the firm's supply, market structures. IV - Introduction to Macroeconomics; economic circuit; national accounts; the economic cycle; price index; unemployment rate; economic growth in the long run; introduction to the keynesian model; aggregate supply and demand; the multiplier; economic policy.

Demonstration of the syllabus coherence with the curricular unit's learning objectives

It is an introduction to Economic Theory, an introduction to the behaviour of the economic agents. Students should be able to understand the markets' behaviour and characterize the different market structures. It is also important that the student understands the main economic variables that influence company activity. Its also an objective to enable the understanding of key macroeconomic variables that affect the activity of an enterprise. And to provide basic training in macroeconomics, enabling the understanding of the functioning of an economy and fluctuations in economic activity in the short term as well as the fundamentals of economic policy, allowing students to see their results and conditions, which is critical in developing business strategies at the corporate level.

Teaching methodologies (including evaluation)

Active and critical stance on the part of students. Theory is complemented by simplified economic models to fit the learning objectives, by exercises to clarify any queries about the subject matter under study and the consolidation of the most important concepts.

The assessment consists of a Continuous Assessment (CA) component (40%) + Exam (60%)

- The CA component: 1st test, 50%; 2nd test, 50%;
 - Admission to the exam during the 'época normal' period: a final CA grade of ≥ 6 is needed
 - Students with a final CA grade of ≥ 12 are exempt from the exam.
 - If favourable to the student, the exam mark from the 1st exam period calculated with the CA grade will be applied for admission to further exam periods during the same academic year.
 - In the Special Exam Period for concluding the Course, or for improving the final classification, the exam weighting is 100%.
 - The student may use the CA grade obtained in the previous academic year by applying in writing to the course unit teacher.
-

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

At the end of the course unit the student should be able to perform the following generic skills:

- a) Development of critical reflection, logical thinking skills and reasoning proper to economic analysis;
 - b) Application from economic reasoning to real life issues;
 - c) Acquisition of the concepts, principles and basic analytical instruments necessary for learning the subjects that integrate the other course units of the marketing degree.
-

Main Bibliography

- Amaral, João Ferreira do et al (2002). Introdução à Macroeconomia. Escolar Editora. Lisboa.
- Dornbusch, Rudiger (1998). Macroeconomia. 7ª edição. McGraw-Hill.
- Frank, R. H. (1998). Microeconomia e Comportamento. 3ª ed., McGrawHill.
- Krugman, Paul e Robin Wells (2007). Introdução à Economia. Tradução de Elga Hoffmann, Ensvier/Campus. 2ª edição. Rio de Janeiro.
- Neves, João Luís César (2011). Introdução à Economia. 9ª ed., Editorial Verbo.
- Samuelson & Nordhaus (2010). Economia. 19ª edição, McGraw-Hill.
- Santos, Jorge et all (1994). Macroeconomia: Exercícios e Teoria. 1ª edição. Mcgraw-Hill
- Varian, Hal R. (2006). Microeconomia Princípios Básicos: Uma Abordagem Moderna, Tradução 7ª ed. Americana, Editora Campus.