
Ano Letivo 2022-23

Unidade Curricular ECONOMIA

Cursos MARKETING (1.º ciclo)

Unidade Orgânica Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo

Código da Unidade Curricular 15161088

Área Científica CIÊNCIAS SOCIAIS E DO COMPORTAMENTO

Sigla

Código CNAEF (3 dígitos) 314

Contributo para os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável - ODS (Indicar até 3 objetivos) 4; 9; 8

Línguas de Aprendizagem Português

Modalidade de ensino

Presencial.

Docente Responsável

Dinis Manuel Correia Caetano

DOCENTE	TIPO DE AULA	TURMAS	TOTAL HORAS DE CONTACTO (*)
Dinis Manuel Correia Caetano	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
1º	S2	42TP; 3OT	140	5

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

Precedências

Sem precedências

Conhecimentos Prévios recomendados

Não se aplica

Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências)

No final da unidade curricular o aluno deverá ser capaz de:

- a) Desenvolver a reflexão crítica no âmbito da análise económica;
 - b) Aplicar o raciocínio económico a questões da vida real;
 - c) Adquirir os conceitos, princípios e ferramentas analíticas necessárias à compreensão do conteúdo das outras unidades curriculares do curso;
 - d) Compreender o comportamento do cliente, as decisões de negócio e o comportamento dos mercados.
 - e) Compreender as principais variáveis macroeconómicas que afetam a atividade da empresa numa economia;
 - f) Diagnosticar a envolvente macroeconómica e ter capacidade para antecipar a sua influência num determinado setor de atividade económica e numa determinada empresa;
 - g) Compreender as medidas de política económica e os seus efeitos.
-

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.

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 (peso 40%) + Exame (peso 60%).

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

- Dispensa de exame: CAF \geq 12 valores

- Admissão a exame de época normal: CAF \geq 6 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.

Bibliografia principal

Amaral, João Ferreira do, et al. (2007). Introdução à Macroeconomia. Escolar Editora, Lisboa.

Dornbusch, Rudiger et al. (2013). Macroeconomia, 11.ª edição. Editora McGraw-Hill.

Frank, R. H. (1998). Microeconomia e Comportamento, 3ª edição. Editora McGraw-Hill.

Krugman, Paul e Robin Wells (2014). Introdução à Economia. Tradução de Elga Hoffmann, 3.ª edição. Editora Elsevier/Campus, Rio de Janeiro.

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

Samuelson, P. e Nordhaus, W. (2010). Economia, 19.ª edição. Editora McGraw-Hill.

Santos, Jorge et al. (2016). Macroeconomia: Exercícios e Teoria, 4ª edição. Escolar Editora.

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

Academic Year 2022-23

Course unit ECONOMICS

Courses MARKETING

Faculty / School SCHOOL OF MANAGEMENT, HOSPITALITY AND TOURISM

Main Scientific Area

Acronym

CNAEF code (3 digits) 314

Contribution to Sustainable Development Goals - SGD (Designate up to 3 objectives) 4; 9; 8

Language of instruction Portuguese

Teaching/Learning modality Classroom-based learning.

Coordinating teacher Dinis Manuel Correia Caetano

Teaching staff	Type	Classes	Hours (*)
Dinis Manuel Correia Caetano	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	42	0	0	0	0	3	0	140

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:

- Develop critical reflection in the context of economic analysis;
- Apply economic reasoning to real-life issues;
- Acquire the concepts, principles and analytical tools needed to understand the content of other units in the course curriculum;
- Understand customer behaviour, business decisions and markets behaviour.
- Understand the key macroeconomic variables that affect the company's activity in an economy;
- Diagnose the macroeconomic environment and have the ability to anticipate their influence on a particular sector of economic activity and on a particular company;
- 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.

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 comprises: 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.

Main Bibliography

Amaral, João Ferreira do, et al. (2007). Introdução à Macroeconomia. Escolar Editora, Lisboa.

Dornbusch, Rudiger et al. (2013). Macroeconomia. 11.ª ed., McGraw-Hill.

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

Krugman, Paul & Robin Wells (2014). Introdução à Economia. 3.ª ed, Tradução de Elga Hoffmann, Elsevier/Campus, Rio de Janeiro.

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

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

Santos, Jorge et al. (2016). Macroeconomia: Exercícios e Teoria, 4ª ed., McGraw-Hill

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