

## PLANIFICAÇÃO ANUAL

DEPARTAMENTO: **CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS** ✦ ÁREA DISCIPLINAR: **430 - CIÊNCIAS SOCIAIS E GESTÃO** ✦ DISCIPLINA: **Gestão**

CURSO PROFISSIONAL: **Técnico de Gestão** ANO: **3.º** - ANO LETIVO: **2018/19 MANUAL: \_\_\_\_\_**

Unidade Didática	Conteúdo(s)/Descritores de Desempenho	Metodologia(s)/Estratégias	Avaliação	Tempos letivos previstos (45)	Período escolar
<b>Módulo 7</b> Marketing	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Marketing na gestão da empresa               <ol style="list-style-type: none"> <li>1.1. Alterações do conceito de marketing nas últimas décadas</li> <li>1.2. Marketing e vendas</li> <li>1.3. Posição do cliente segundo o conceito de marketing</li> <li>1.4. Atribuições de um profissional de marketing e de um diretor comercial</li> <li>1.5. Papel do marketing face às novas tecnologias de informação</li> <li>1.6. Variáveis do marketing-mix</li> </ol> </li> <li>2. Mercado e concorrência               <ol style="list-style-type: none"> <li>2.1. Mercado em sentido lato e em sentido restrito</li> <li>2.2. Dimensão do mercado num caso concreto</li> <li>2.3. Características dos vários segmentos de mercado definidos por uma empresa</li> <li>2.4. Critérios de segmentação</li> <li>2.5. Homogeneidade</li> <li>2.6. Mensurabilidade</li> <li>2.7. Acessibilidade</li> <li>2.8. Substancialidade</li> <li>2.9. Características dos consumidores</li> <li>2.10. Processo de decisão de compra</li> <li>2.11. Quota de mercado</li> <li>2.12. Curva de Lorenz</li> </ol> </li> <li>3. Produto               <ol style="list-style-type: none"> <li>3.1. Produto objetivo e produto mental</li> <li>3.2. Posicionamento dos produtos</li> </ol> </li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicação de método expositivo e interrogativo / participativo.</li> <li>• Exposição teórica, ilustrada com exemplos práticos, e realização de atividades de prática simulada.</li> <li>• Análise de situações concretas do mundo empresarial/economia social recorrendo a notícias, da realidade mundial e portuguesa, veiculadas nos meios de comunicação social, (textos de jornais, revistas, livros e audiovisuais).</li> <li>• Pesquisa bibliográfica, investigação e/ou consulta de sites de Internet.</li> <li>• Leitura, análise e exploração de vários documentos</li> <li>• Projeção de filmes e/ou pequenos vídeos e documentários seguidos de análise.</li> <li>• Debate de ideias e opiniões / Diálogos / Discussão de grupo.</li> <li>• Elaboração e análise de esquemas e sínteses sobre os conhecimentos adquiridos</li> <li>• Realização de trabalhos e atividades práticas individuais e em grupo.</li> <li>• Interpretação de resultados obtidos nos casos práticos propostos.</li> <li>• Utilização de tecnologias de informação e comunicação (TIC), adaptadas aos conteúdos e aos alunos.</li> <li>• Apresentações orais/escritas à comunidade de</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grelha de registo de avaliação diagnóstica, formativa e sumativa</li> <li>• Grelha de registo de trabalhos individuais e em grupo, de apresentações orais e de participação em projetos, concursos e outras atividades extracurriculares</li> <li>• Grelha de registo de participação na sala de aula</li> <li>• Grelha de registo de organização de apontamentos</li> <li>• Grelha de registo de atitudes e comportamentos observados em aula</li> </ul>	50	1º Período

Unidade Didática	Conteúdo(s)/Descritores de Desempenho	Metodologia(s)/Estratégias	Avaliação	Tempos letivos previstos (45)	Período escolar
	3.3. Gama de produtos 3.4. Características da gama de produtos 3.5. Gama de produtos de uma empresa 3.6. Funções da embalagem 3.7. Diferentes tipos de embalagem 3.8. Marca 3.9. Classificação das marcas 3.10. Estratégias de marca de acordo com o tipo de produto 3.11. Ciclo de vida de um produto 3.12. Fases do ciclo de vida dos produtos 3.13. Fases do ciclo de vida dos mercados 3.14. Ciclo de vida do produto e do seu Mercado 4. Preço 4.1. Preço segundo a perspetiva de marketing 4.2. Preço de um produto 4.3. Nomenclatura associada ao preço 4.4. Estratégias de fixação dos preços 4.5. Margem bruta 4.6. Ponto morto (ponto crítico) das vendas 4.7. Binómio: consumidor - preço 5. Distribuição 5.1. Circuito de distribuição 5.2. Diferentes circuitos de distribuição 5.3. Estratégia de distribuição adequada a um produto 5.4. Distribuição como instrumento de marketing 5.5. Técnica de merchandising na distribuição 6. Comunicação 6.1. “Força de vendas” 6.2. Estratégias de comunicação de um produto 6.3. Objetivos da comunicação em marketing 6.4. Marketing direto 6.5. Mix da Comunicação	trabalhos/projetos sobre a informação recolhida e trabalhada. • Realização de ficha de avaliação sumativa			

Unidade Didática	Conteúdo(s)/Descritores de Desempenho	Metodologia(s)/Estratégias	Avaliação	Tempos letivos previstos (45)	Período escolar
<b>Módulo 14</b> <b>A</b>  Plano de Negócios	1. Finalidades do plano de negócios 2. Etapas da construção de um plano de negócios 2.1. Capa 2.2. Sumário 2.3. Sumário executivo 2.4. Descrição da empresa 2.5. Produtos e serviços 2.6. Análise de mercado 2.7. Plano de <i>marketing</i> 2.8. Plano financeiro 2.9. Anexos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicação de método expositivo e interrogativo / participativo.</li> <li>• Exposição teórica, ilustrada com exemplos práticos, e realização de atividades de prática simulada.</li> <li>• Análise de situações concretas do mundo empresarial/economia social recorrendo a notícias, da realidade mundial e portuguesa, veiculadas nos meios de comunicação social, (textos de jornais, revistas, livros e audiovisuais).</li> <li>• Pesquisa bibliográfica, investigação e/ou consulta de sites de Internet.</li> <li>• Leitura, análise e exploração de vários documentos</li> <li>• Projeção de filmes e/ou pequenos vídeos e documentários seguidos de análise.</li> <li>• Debate de ideias e opiniões / Diálogos / Discussão de grupo.</li> <li>• Elaboração e análise de esquemas e sínteses sobre os conhecimentos adquiridos</li> <li>• Realização de trabalhos e atividades práticas individuais e em grupo.</li> <li>• Interpretação de resultados obtidos nos casos práticos propostos.</li> <li>• Utilização de tecnologias de informação e comunicação (TIC), adaptadas aos conteúdos e aos alunos.</li> <li>• Apresentações orais/escritas à comunidade de trabalhos/projetos sobre a informação recolhida e trabalhada.</li> <li>• Realização de ficha de avaliação sumativa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grelha de registo de avaliação diagnóstica, formativa e sumativa</li> <li>• Grelha de registo de trabalhos individuais e em grupo, de apresentações orais e da participação em projetos, concursos e outras atividades extracurriculares</li> <li>• Grelha de registo de participação na sala de aula</li> <li>• Grelha de registo de organização de apontamentos</li> <li>• Grelha de registo de atitudes e comportamentos observados em aula</li> </ul>	36	1º Período

Unidade Didática	Conteúdo(s)/Descritores de Desempenho	Metodologia(s)/Estratégias	Avaliação	Tempos letivos previstos (45)	Período escolar
<b>Módulo 15</b> <b>A</b> Análise de Projetos	1. Projeto de investimento 2. Alternativas de investimento, face ao gasto 3. Plano de investimento de um projeto 4. Plano de financiamento do projeto 5. Contas de exploração previsionais de um projeto 6. <i>Cash-Flows</i> associados ao projeto 7. Vida útil (económica) dos investimentos 8. Principais indicadores de análise de projetos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicação de método expositivo e interrogativo / participativo.</li> <li>• Exposição teórica, ilustrada com exemplos práticos, e realização de atividades de prática simulada.</li> <li>• Análise de situações concretas do mundo empresarial/economia social recorrendo a notícias, da realidade mundial e portuguesa, veiculadas nos meios de comunicação social, (textos de jornais, revistas, livros e audiovisuais).</li> <li>• Pesquisa bibliográfica, investigação e/ou consulta de sites de Internet.</li> <li>• Leitura, análise e exploração de vários documentos</li> <li>• Projeção de filmes e/ou pequenos vídeos e documentários seguidos de análise.</li> <li>• Debate de ideias e opiniões / Diálogos / Discussão de grupo.</li> <li>• Elaboração e análise de esquemas e sínteses sobre os conhecimentos adquiridos</li> <li>• Realização de trabalhos e atividades práticas individuais e em grupo.</li> <li>• Interpretação de resultados obtidos nos casos práticos propostos.</li> <li>• Utilização de tecnologias de informação e comunicação (TIC), adaptadas aos conteúdos e aos alunos.</li> <li>• Apresentações orais/escritas à comunidade de trabalhos/projetos sobre a informação recolhida e trabalhada.</li> <li>• Realização de ficha de avaliação sumativa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grelha de registo de avaliação diagnóstica, formativa e sumativa</li> <li>• Grelha de registo de trabalhos individuais e em grupo, de apresentações orais e da participação em projetos, concursos e outras atividades extracurriculares</li> <li>• Grelha de registo de participação na sala de aula</li> <li>• Grelha de registo de organização de apontamentos</li> <li>• Grelha de registo de atitudes e comportamentos observados em aula</li> </ul>	50	1º/2º Período

Unidade Didática	Conteúdo(s)/Descritores de Desempenho	Metodologia(s)/Estratégias	Avaliação	Tempos letivos previstos (45)	Período escolar
<b>Módulo 16A</b>  Inovação e Empreendedorismo	1. Empreendedorismo e criação de empresas 2. A gestão do processo de criação e construção de ideias 2.1. Problema <i>versus</i> oportunidade 2.2. Técnica de <i>brainstorming</i> 2.3. Técnica de <i>benchmarking</i> 2.4. Pesquisa e fontes de informação 2.5. Sistematização da informação 3. Noção de criatividade 4. Tipos de criatividade 5. Obstáculos à criatividade 6. O processo da criatividade 6.1. Disposição e motivação para a criatividade 7. Noção de inovação 8. Tipos de inovação 8.1. Inovação intencional 8.2. Oportunidades inovadoras 8.3. Informação e conhecimento	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicação de método expositivo e interrogativo / participativo.</li> <li>• Exposição teórica, ilustrada com exemplos práticos, e realização de atividades de prática simulada.</li> <li>• Análise de situações concretas do mundo empresarial/economia social recorrendo a notícias, da realidade mundial e portuguesa, veiculadas nos meios de comunicação social, (textos de jornais, revistas, livros e audiovisuais).</li> <li>• Pesquisa bibliográfica, investigação e/ou consulta de sites de Internet.</li> <li>• Leitura, análise e exploração de vários documentos</li> <li>• Projeção de filmes e/ou pequenos vídeos e documentários seguidos de análise.</li> <li>• Debate de ideias e opiniões / Diálogos / Discussão de grupo.</li> <li>• Elaboração e análise de esquemas e sínteses sobre os conhecimentos adquiridos</li> <li>• Realização de trabalhos e atividades práticas individuais e em grupo.</li> <li>• Interpretação de resultados obtidos nos casos práticos propostos.</li> <li>• Utilização de tecnologias de informação e comunicação (TIC), adaptadas aos conteúdos e aos alunos.</li> <li>• Apresentações orais/escritas à comunidade de trabalhos/projetos sobre a informação recolhida e trabalhada.</li> <li>• Realização de ficha de avaliação sumativa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grelha de registo de avaliação diagnóstica, formativa e sumativa</li> <li>• Grelha de registo de trabalhos individuais e em grupo, de apresentações orais e da participação em projetos, concursos e outras atividades extracurriculares</li> <li>• Grelha de registo de participação na sala de aula</li> <li>• Grelha de registo de organização de apontamentos</li> <li>• Grelha de registo de atitudes e comportamentos observados em aula</li> </ul>	36	2º Período

Unidade Didática	Conteúdo(s)/Descritores de Desempenho	Metodologia(s)/Estratégias	Avaliação	Tempos letivos previstos (45)	Período escolar
<b>Módulo 12 A</b>  Controlo de Tesouraria	1. Controlo de Tesouraria 1.1. Objetivos 1.2. Natureza do controlo 1.3. Processos de controlo 2. Sistema de Controlo 2.1. Características 2.2. Fases 2.3. Condições de eficácia 3. Instrumentos de controlo 3.1. Planeamento estratégico 3.2. Planeamento operacional 3.3. Análise de desvios 4. Tarefas de tesouraria 4.1. Recebimentos 4.2. Cobranças 4.3. Pagamentos 4.4. Controlo 4.5. Orçamento de tesouraria	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicação de método expositivo e interrogativo / participativo.</li> <li>• Exposição teórica, ilustrada com exemplos práticos, e realização de atividades de prática simulada.</li> <li>• Análise de situações concretas do mundo empresarial/economia social recorrendo a notícias, da realidade mundial e portuguesa, veiculadas nos meios de comunicação social, (textos de jornais, revistas, livros e audiovisuais).</li> <li>• Pesquisa bibliográfica, investigação e/ou consulta de sites de Internet.</li> <li>• Leitura, análise e exploração de vários documentos</li> <li>• Projeção de filmes e/ou pequenos vídeos e documentários seguidos de análise.</li> <li>• Debate de ideias e opiniões / Diálogos / Discussão de grupo.</li> <li>• Elaboração e análise de esquemas e sínteses sobre os conhecimentos adquiridos</li> <li>• Realização de trabalhos e atividades práticas individuais e em grupo.</li> <li>• Interpretação de resultados obtidos nos casos práticos propostos.</li> <li>• Utilização de tecnologias de informação e comunicação (TIC), adaptadas aos conteúdos e aos alunos.</li> <li>• Apresentações orais/escritas à comunidade de trabalhos/projetos sobre a informação recolhida e trabalhada.</li> <li>• Realização de ficha de avaliação sumativa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grelha de registo de avaliação diagnóstica, formativa e sumativa</li> <li>• Grelha de registo de trabalhos individuais e em grupo, de apresentações orais e da participação em projetos, concursos e outras atividades extracurriculares</li> <li>• Grelha de registo de participação na sala de aula</li> <li>• Grelha de registo de organização de apontamentos</li> <li>• Grelha de registo de atitudes e comportamentos observados em aula</li> </ul>	36	2º Período

Unidade Didática	Conteúdo(s)/Descritores de Desempenho	Metodologia(s)/Estratégias	Avaliação	Tempos letivos previstos (45)	Período escolar
<b>Módulo 13</b> <b>A</b> Aplicações Informáticas de Gestão Financeira	1. Introdução 2. Aplicação de gestão financeira 2.1. Configuração e preparação 2.2. Abertura da empresa 2.3. Definição de parâmetros 3. Preenchimento de tabelas e ficheiros 3.1. Utilização dos ficheiros 3.2. Criação de novos ficheiros 4. Processamento documental 4.1. Tipo de processamento 4.2. Processamento mensal e anual de informação económico-financeira 4.3. Procedimentos 4.4. Correções 5. Mapas 5.1. Relatórios 5.2. Emissão e análise de documentos e mapas 6. Análise dos modelos de demonstrações financeiras do SNC e dos respetivos anexos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicação de método expositivo e interrogativo / participativo.</li> <li>• Exposição teórica, ilustrada com exemplos práticos, e realização de atividades de prática simulada.</li> <li>• Análise de situações concretas do mundo empresarial/economia social recorrendo a notícias, da realidade mundial e portuguesa, veiculadas nos meios de comunicação social, (textos de jornais, revistas, livros e audiovisuais).</li> <li>• Pesquisa bibliográfica, investigação e/ou consulta de sites de Internet.</li> <li>• Leitura, análise e exploração de vários documentos</li> <li>• Projeção de filmes e/ou pequenos vídeos e documentários seguidos de análise.</li> <li>• Debate de ideias e opiniões / Diálogos / Discussão de grupo.</li> <li>• Elaboração e análise de esquemas e sínteses sobre os conhecimentos adquiridos</li> <li>• Realização de trabalhos e atividades práticas individuais e em grupo.</li> <li>• Interpretação de resultados obtidos nos casos práticos propostos.</li> <li>• Utilização de tecnologias de informação e comunicação (TIC), adaptadas aos conteúdos e aos alunos.</li> <li>• Apresentações orais/escritas à comunidade de trabalhos/projetos sobre a informação recolhida e trabalhada.</li> <li>• Realização de ficha de avaliação sumativa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grelha de registo de avaliação diagnóstica, formativa e sumativa</li> <li>• Grelha de registo de trabalhos individuais e em grupo, de apresentações orais e da participação em projetos, concursos e outras atividades extracurriculares</li> <li>• Grelha de registo de participação na sala de aula</li> <li>• Grelha de registo de organização de apontamentos</li> <li>• Grelha de registo de atitudes e comportamentos observados em aula</li> </ul>	32	2º Período
			Totais	240	

Oliveira de Azeméis, 3 de outubro de 2018

A Coordenador(a) de Área disciplinar

Helena Silva

A Coordenador(a) de Departamento

Ana Paula Azinheira