

<p>POLI ESCOLA SUPERIOR TECNOLOGIA GESTÃO</p> <p>TÉCNICO GUARDA</p>	<p>GUIA DE FUNCIONAMENTO DA UNIDADE CURRICULAR (GFUC)</p>	<p>MODELO PED.008.03</p>
---	---	--------------------------------------

<i>Curso</i>	Licenciatura em Marketing						
<i>Unidade curricular</i> (UC)	Sistemas de Apoio à Decisão						
<i>Ano letivo</i>	2023/2024	<i>Ano</i>	2.º	<i>Período</i>	1.º semestre	<i>ECTS</i>	7
<i>Regime</i>	Obrigatório	<i>Tempo de trabalho (horas)</i>		Total: 196	Contacto: 90		
<i>Docente(s)</i>	Ascensão Maria Martins Braga						
<input type="checkbox"/> <i>Responsável da UC ou</i> <input checked="" type="checkbox"/> <i>Coordenador(a) Área/Grupo Disciplinar</i> <input type="checkbox"/> <i>Regente (cf. situação de cada Escola)</i>	Prof. Doutor Amândio Baía						

GFUC PREVISTO

1. OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

- Compreender a importância dos sistemas de Apoio à Decisão.
- Compreender o raciocínio inerente às operações financeiras de cálculo de juros (simples e composto), equivalência de capitais, rendas e amortização de empréstimos.
- Compreender as técnicas de cálculo financeiro no apoio à tomada de decisões de investimento e financiamento.
- Compreender a importância da gestão da informação e da medição dos resultados das ações na gestão de marketing.

2. CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS

1. Ferramentas de Apoio à Decisão

1.1 Ferramentas financeiras

- 1.1.1 Conceitos
- 1.1.2 Regimes de capitalização
- 1.1.3 Rendas
- 1.1.4 Leasing
- 1.1.5 Amortização de empréstimo
- 1.1.6 Critérios de avaliação da rentabilidade

1.2 Teoria da Decisão

- 1.2.1 Ambientes de decisão
- 1.2.2 Critérios de decisão

2. Marketing Intelligence

- 2.1 Conceito e objetivos
- 2.2 O ciclo de marketing intelligence
- 2.3 Gestão da informação em Marketing
 - 2.3.1 Os conceitos chave associados ao CRM / eCRM / mCRM
 - 2.3.2 Implicações do CRM para otimizar as estratégias e ações de marketing
 - 2.3.3 As tecnologias de CRM e a base que suportam

	GUIA DE FUNCIONAMENTO DA UNIDADE CURRICULAR (GFUC)	MODELO PED.008.03
---	---	-----------------------------

2.3.4 O papel dos diferentes módulos de CRM – operacional, analítico e colaborativo

2.3.5 Os fatores críticos de sucesso para o eficaz desenvolvimento do Projeto de CRM

2.4. Recolha de informação em Marketing

2.4.1 Plataformas e Ferramentas de recolha de informação

2.4.2 Metodologias para a recolha de informação

2.4.3 Diferentes técnicas tais como: questionários, entrevistas, mensagens (sms), pequenas aplicações interativas, publicações (posts) promocionais, ubiquidade (recolha em toda a parte)

2.4.4 Respeito pela privacidade e RGPD.

3. DEMONSTRAÇÃO DA COERÊNCIA DOS CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS COM OS OBJETIVOS DA UC

Tendo em conta que se pretende que o aluno adquira competências ao nível da decisão de projetos e rentabilidade de soluções, para permitir realizar relatórios, análises e elaborar pareceres nas ciências empresariais, bem como recolher e analisar informação proveniente de diferentes fontes e com diferentes técnicas, o programa da UC inclui conteúdos programáticos naqueles domínios.

4. BIBLIOGRAFIA PRINCIPAL

- Alves, C. Ribeiro, C.; Farinha, J.; Alves, R. (2021). Cálculo Financeiro Aplicado. 2º ed. Almedina. Baía, Amândio. (2020), Modelos de Apoio à Decisão para Gestão- Processo de Tomada de Decisão nas Organizações. ESTG.
- Baynast, A., Lendrevie, J., Lévy, J., Dionísio, P. & Rodrigues, V. (2018). Mercator: o marketing na era digital (17.ª ed.). D. Quixote, Lisboa.
- Bendle, N. T., Farris, P. WPfeiffer, P. E. & Reibstein (2017). Grandes métricas do marketing: os principais indicadores que todo o gestor deve conhecer. Actual Editora, Lisboa.
- Braga, Ascensão (2023), Ficha de exercícios de Apoio às Aulas, ESTG.
- Coelho, L.; Coelho, M. (2016). Manual para entender os princípios do cálculo financeiro. Ed Quid Juris.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2017). Marketing Management (15.ª ed.). Pearson Education Limited, R.U.
- Kumar, V. (2019). Profitable Customer Engagement - Concept, Metrics and Strategies. First Edition. Sage Publications.
- Lisboa, J.V. Augusto, M.G. (2018); Cálculo Financeiro; Vida Económica; Porto.
- Matias, R. (2018). Cálculo Financeiro: teoria e prática, 6ª Ed. Escolar Editora.
- Payne, A. (2005). Handbook of CRM: Alcançar Excelência em Gestão de Clientes. Elsevier, Oxford.
- Pereira, V.; Breia, A.; Mata, M. (2014). Análise Económica e Financeira. Rei dos Livros.
- Soares et al, (2012) Decisões de Investimento Análise Financeira de Projectos, Edições Sílabo.

5. METODOLOGIAS DE ENSINO (REGRAS DE AVALIAÇÃO)

Metodologias de ensino: Método expositivo teórico-prático com exemplos práticos de aplicação relacionados, sempre que possível, com o curso. Pretende-se que o aluno adquira os conhecimentos teóricos dos conteúdos programáticos e os consiga aplicar em situações práticas relacionadas com o curso. Ao longo do semestre são resolvidos problemas e estudo de casos práticos. Espera-se assim que a componente teórica ou prática e a resolução dos casos práticos os alunos adquiram conhecimentos e competências no domínio financeiro para poderem tomar melhores decisões. Utilização da plataforma

<p>POLI ESCOLA SUPERIOR TECNOLOGIA GESTÃO</p> <p>TÉCNICO GUARDA</p>	<p>GUIA DE FUNCIONAMENTO DA UNIDADE CURRICULAR (GFUC)</p>	<p>MODELO PED.008.03</p>
---	--	--------------------------------------

de e-learning, componente de ensino à distância, para melhor permitir o acompanhamento da UC por parte dos alunos.

Regras de avaliação:

- 1) Contínua: realização de 2 frequências (Nota mínima em cada frequência: 7 valores)
- 2) Exame escrito (100%). Os alunos serão aprovados se a classificação final da UC for maior ou igual a 9,5 valores.

6. DEMONSTRAÇÃO DA COERÊNCIA DAS METODOLOGIAS DE ENSINO COM OS OBJETIVOS DA UC

Com o método expositivo teórico-prático pretende-se que o aluno adquira os conhecimentos teóricos dos conteúdos programáticos e os consiga aplicar em situações práticas relacionados com o curso. Os métodos e técnicas pedagógicas a aplicar durante as sessões serão. Método afirmativo com interligação entre a técnica expositiva e demonstrativa; método de interação grupal com recurso a técnica de role play, cabendo ao professor a responsabilidade do reforço da aprendizagem e da coordenação das diversas ações e tarefas de simulação de gestão empresarial.

7. REGIME DE ASSIDUIDADE

Não aplicável

8. CONTACTOS E HORÁRIO DE ATENDIMENTO

Docente: Ascensão Braga (sbraga@ipg.pt); Telefone:271220120; Gabinete: 35 Voip 1235.

Horário de atendimento: 4ªfeira: 15.30h-17m; 5ªfeira: 11h- 12m e 15-16.30m.

Coordenador da Área Científica: Amândio Pereira Baía (baia@ipg.pt), *Telef: + 351271220 120 (Gab. 41)*.

DATA

3 de outubro de 2023

ASSINATURAS

Assinatura dos Docentes, Responsável/Coordenador(a)/Regente da UC ou Área/Grupo Disciplinar

O(A) Docente

(assinatura)

O(A) Coordenador(a) da Área/Grupo Disciplinar

(assinatura)

Assinatura na qualidade de (clicar)

**GUIA DE FUNCIONAMENTO
DA UNIDADE CURRICULAR**
(GFUC)

MODELO
PED.008.03

(assinatura)

Assinatura na qualidade de (clicar)

(assinatura)