



UNIVERSIDADE EDUARDO MONDLANE

Escola Superior de Negócios e Empreendedorismo de Chibuto

(ESNEC)

CURRÍCULO DO CURSO DE LICENCIATURA EM GESTÃO COMERCIAL

Junho de 2013

INDICE

INTRODUÇÃO	2
RELEVÂNCIA.....	2
GRUPO ALVO.....	3
OBJECTIVO DO CURSO.....	3
PERFÍS.....	4
Perfil ocupacional do graduado.....	4
Perfil Profissional do graduado.....	5
FILOSOFIA DE FORMAÇÃO	6
Estratégias de Ensino-Aprendizagem	7
Metodologia de Avaliação	9
ESTRUTURA E DURAÇÃO DO CURSO	9
CONTEÚDO DO CURSO E PLANO DE ESTUDOS	10
CLASSIFICAÇÃO FINAL DO CURSO.....	13
TABELA DE PRECEDÊNCIAS.....	14
PROGRAMAS TEMÁTICOS DAS DISCIPLINAS	15

INTRODUÇÃO

O Curso de Licenciatura em Gestão Comercial está desenhado para proporcionar aos estudantes, habilidades, competências e capacidades que precisam para o exercício da actividade comercial nos sectores privado, público e não-governamental.

Reconhece-se, hoje o desenvolvimento rápido do sector comercial, seja formal ou informal. E acompanhando este desenvolvimento cresce a necessidade de cada vez maior profissionalização do sector para que responda aos desafios impostos pelo ambiente, designadamente o cumprimento das normas e regulamentos do sector, o respeito pela ética e responsabilidade corporativa nos negócios, a penetração dos produtos e serviços nacionais nos mercados regionais e mundiais, e a dinâmica das preferências dos consumidores.

Neste sentido, é importante formar técnicos superiores que possam gerir eficiente e eficazmente as unidades comerciais das organizações, respondendo positivamente aos desafios acima apresentados, e capitalizando todas as oportunidades geradas pelo ambiente por forma a fazer crescer as áreas comerciais das empresas. Portanto, o curso de licenciatura em Comércio é o meio para a materialização deste desígnio.

Este curso será leccionado por meio de aulas teóricas e práticas, numa metodologia adoptada na UEM, que privilegia o ensino centrado no estudante. Aliado a isto, durante o processo de ensino e aprendizagem, o estudante será colocado a pesquisar e resolver problemas práticos do dia-a-dia do sector comercial, assim como terá sessões de aulas em laboratório de simulação empresarial.

O presente currículo baseia-se no Novo Quadro Curricular da UEM, elaborado pela Comissão da Reforma Curricular da Direcção Pedagógica, em Outubro de 2011 e respeita o preceituado na Lei n. 27/2009, de 29 de Setembro, que aprova a lei do ensino superior.

RELEVÂNCIA DO CURSO

A actividade comercial joga um papel importante no desenvolvimento económico de um país, ao servir de ponte entre a produção e consumo de bens e serviços. Em muitos países, o comércio tem um peso significativo no emprego, nas receitas fiscais e no Produto Nacional Bruto. As transformações profundas que se vêm operadas na economia nacional colocam novos desafios ao sector comercial, particularmente:

- i. No aumento da produção industrial nas grandes cidades;
- ii. No aumento dos níveis de produção agro-pecuária nas zonas rurais;
- iii. Na integração regional, particularmente o estágio actual da criação da Zona de Comércio Livre;
- iv. No desenvolvimento do comércio informal nas zonas rurais e urbanas; e
- v. Nas modernas formas de comercialização, particularmente, na formação de cadeias de valor.

Em Moçambique, a base económica está assente no comércio e na prestação de serviços, pelo que os graduados do curso de Gestão Comercial terão enquadramento em quase todas as empresas cujo objectivo principal é o lucro e nas organizações não lucrativas, nas áreas de logística e marketing.

Neste contexto, o curso de licenciatura em Gestão Comercial afigura-se como uma alternativa para a provisão, ao mercado e ao sector comercial em geral, de pessoas preparadas para responder eficazmente aos desafios acima indicados, colaborando no fortalecimento e robustez das empresas e outras organizações ligadas aos circuitos de comercialização e prestação de serviços comerciais do país.

Assim, o plano de estudos deste curso envolve um amplo espectro de matérias que têm como pano de fundo as novas teorias do comércio, os mercados regionais e internacionais, as técnicas de marketing e vendas, a logística comercial e as considerações de natureza cultural, ética e responsabilidade social.

GRUPO ALVO

De acordo com alínea a) do número do 5 do artigo 23 da lei 27/2009, de 29 de Setembro (Lei do Ensino Superior), que define o critério de acesso ao ensino superior em Moçambique, podem candidatar-se ao curso de Licenciatura em Gestão Comercial, os estudantes que concluíram com aproveitamento positivo a 12ª classe ou equivalente.

Para além deste requisito, o candidato deve fazer um Exame de Admissão único avaliando conhecimentos gerais das disciplinas de Matemática (com 60% de peso) e em Português (com 40% de peso).

OBJECTIVO DO CURSO

Para que os graduados do curso de Gestão Comercial tenham capacidades para gerir eficientemente as unidades comerciais das organizações, capitalizando todas as oportunidades geradas pelo ambiente de negócios, que permitam o crescimento da área comercial, são necessários os seguintes

objectivos:

Objectivo Geral

Formar técnicos superiores na área de gestão comercial capazes de trabalhar em departamentos comerciais de empresas privadas, sector público, e com habilidades empreendedoras, capazes de criar e desenvolver iniciativas empresariais económicas e auto-emprego, no sector comercial.

Objectivos Específicos

Um Graduado em Gestão Comercial deverá saber:

- Preparar e implementar um plano de marketing e de vendas;
- Gerir as operações comerciais domésticas e internacionais;
- Participar na formulação e gestão de contractos comerciais;
- Interpretar e aplicar os principais Termos Comerciais Internacionais;
- Aplicar a principal legislação que modela as operações comerciais em Moçambique;
- Criar e gerir negócios comerciais de pequena e média dimensão;
- Participar na formulação e implementação das decisões sobre os principais pilares do comércio em organizações públicas e privadas;
- Aplicar os conceitos e as técnicas comerciais na gestão das actividades comerciais.

PERFÍS

Depois de definir as competências específicas que se referem as capacidades e habilidades especificamente requeridas ao graduado no momento de entrada para a vida profissional no mercado de trabalho, são definidos a seguir os perfis do Licenciado em Gestão Comercial, em duas dimensões, nomeadamente:

- **Perfil ocupacional**, que representa as saídas profissionais do graduado. Ou seja onde é que o graduado pode realizar as suas actividades com base na relação entre o curso e as necessidades, características dos agentes económicos e empregadores a nível nacional ou internacional.
- **Perfil profissional**, referente as actividades, as tarefas e funções chave que o futuro graduado irá realizar, tendo em conta as seguintes categorias: conhecimentos (o que deve saber); capacidades (o que deve saber fazer); valores, atitudes (o que deve ser).

Perfil ocupacional do graduado

- Empresas próprias e actividades de consultoria em comércio e logística;

- Departamentos de comércio, *procurement* e aprovisionamento, marketing, administração e logística de empresas comerciais, de prestação de serviços e do sector produtivo e também nas instituições financeiras;
- Departamentos de licenciamento, de controlo e fiscalização de instituições de administração pública local ou central;
- Departamentos de importação e exportação de empresas públicas e privadas, e instituições governamentais;
- Sectores de Estudos e de Gestão de Projectos em instituições públicas, privadas e não-governamentais; e
- Instituições de Ensino de Administração e Comércio.

Perfil Profissional do graduado

O graduado em Gestão Comercial deve saber:

- Conceber, desenvolver, implementar e controlar os planos e acções comerciais e de marketing;
- Velar pelo cumprimento das leis e regulamentos comerciais;
- Implementar as políticas e estratégias de gestão comerciais de qualquer organização;
- Planificar, implementar e controlar o desempenho comercial das organizações;
- Desenhar e implementar projectos comerciais;

O graduado em Gestão Comercial deve saber fazer:

- Estudos sobre o comércio formal e informal;
- Gestão do seu próprio negócio;
- Negociação e gestão de contractos comerciais;
- Diagnóstico de diferentes problemas operacionais que afectem a área comercial das organizações e propor soluções;

O graduado em Gestão Comercial deve saber ser:

- Um profissional com uma conduta profissional e cívica que exalte o espírito de cidadania, nobreza de carácter e responsabilidade partilhada, consciente do valor de servir a sociedade;
- Um profissional que conhece e respeita os códigos de conduta profissionais inerentes a sua actividade;
- Um profissional que sempre está em busca de novas ideias, e preocupado pela eficiência, eficácia no uso dos recursos organizacionais.

- Um profissional preocupado pela sua formação contínua em matéria de comércio num mercado dinâmico e competitivo.
- Um profissional preocupado em actualizar-se constantemente em assuntos de interesse geral: económicos, políticos e sociais de Moçambique em particular, e do mundo em geral.

FILOSOFIA DE FORMAÇÃO

A estratégia e processo de formação obedecerão à lógica seguinte:

O estudante colocar-se-á como “um aprendiz de Gestão Comercial, onde o contexto de aprendizagem é desenhado dentro da dinâmica do campo profissional do gestor. Toda a aprendizagem, organizada em disciplinas, será baseada numa simulação do futuro ambiente de trabalho do licenciado em Gestão Comercial. O docente, através dos materiais de ensino, desempenha o papel de facilitador. O sucesso na aprendizagem é medido pela capacidade do estudante em realizar tarefas profissionais dentro dos indicadores exigidos pela prática profissional.

A partir do 2º semestre, o estudante estará envolvido em simulações empresarias baseadas nos casos práticos reais ou hipotéticos, da sua auto-criação e/ou fornecidos pelos docentes.

As práticas profissionais, inseridas nas disciplinas de Práticas e Simulação Empresarial, têm como objectivo permitir que o desenvolvimento das competências dos estudantes seja feito pela aliança da teoria à prática, através da exposição dos estudantes aos problemas de gestão de negócios, muito próximo àqueles que eles vão encontrar no mundo empresarial e de negócios.

A. Pressupostos:

- O presente currículo foi desenhados com base em competências;
- O curso compreende actividades de estágio profissional, simulação empresarial e práticas pré-profissionais que se desdobram em todos os semestres de formação curricular;
- O cursos foi desenhado tendo como pano de fundo a capacidades de identificar oportunidades de negócios, avaliá-los e explorá-los;
- O curso tem uma forte componente de prática pré-profissional orientada para a resolução de problemas muito próximos aos que os estudantes vão enfrentar no mundo empresarial e de negócios;
- A aquisição de conhecimentos e habilidades será gradual nos diversos momentos de aprendizagem nas disciplinas que corporizam o plano de estudos.

B. Modelo

A Prática e a Simulação Empresarial compreendem dois ciclos, nomeadamente, o Ciclo de Práticas de Gestão de Negócios e o Ciclo de Empreendedorismo e Liderança de Negócios. Cada um dos ciclos compreende três fases devidamente integradas e articuladas, como abaixo se descreve:

Ciclo de Gestão de Negócio		Ciclo de Empreendedorismo e Liderança de Negócios	
Sem.	Fase do Ciclo	Sem.	Fase do Ciclo
2	Identificação e caracterização	5	Planeamento e Concepção
3	Análise e Avaliação	6	Organização
4	Melhoria e Desenvolvimento	7	Implementação

O Ciclo de Gestão de Negócios decorre durante o tronco comum, quando todos os estudantes ainda estão sujeitos ao mesmo conjunto de actividades lectivas. Nesta fase, o estudante diagnostica o ambiente empresarial do local; realiza o diagnóstico duma entidade específica; concebe e implementa o projecto específico de melhoria do desempenho ou de desenvolvimento institucional.

Na segunda fase, Ciclo de Empreendedorismo e Liderança de Negócios, os estudantes desenvolvem as competências de elaboração, implementação, monitoria e avaliação do plano de negócios ou de plano de desenvolvimento sectorial ou integral de uma entidade pública, privada ou não governamental.

Estratégias de Ensino-Aprendizagem

O sistema escolar tradicional é concebido para ensinar a dominar questões analíticas. Os estudantes passam anos, do primário à Universidade, numa relação quase de passividade com respeito à aprendizagem. Dessa forma, eles evoluem num currículo onde os pontos de referência foram tão bem estabelecidos, por isso, que se sentem inseguros, quando confrontados com um sistema que não tenha clareza nas definições e regras.

O empreendedor é com frequência considerado uma pessoa que sabe identificar as oportunidades de negócios, os nichos do mercado e que sabe organizar-se para progredir. Assim, a essência do trabalho do empreendedor consiste em definir contextos, o que exige uma análise e imaginação.

A escola prevê contar com suportes teóricos úteis, derivados das disciplinas associadas das nucleares e básicas, por forma a facilitar o estabelecimento de soluções práticas aos problemas da população. O sucesso das actividades previstas, nesta escola, vai exigir de toda rede de intervenientes no processo, incluindo os docentes, um domínio das diferentes técnicas de pesquisa das oportunidades locais, bom conhecimento das práticas do campo, entre outras exigências.

No processo de ensino-aprendizagem será privilegiada a criação de condições, para que o estudante esteja munido dos instrumentos necessários, para aprofundar os conhecimentos adquiridos na sala de aulas e laboratórios, e investigar outros, por forma a complementar, quer os fundamentos teóricos das temáticas relevantes da Licenciatura, quer os instrumentos para a resolução de problemas da implementação dos diferentes projectos de negócios, bem como os aspectos práticos inerentes à implantação e difusão das inovações entre os empreendedores da comunidade envolvente.

As aulas privilegiarão uma abordagem interactiva, em que se estimula a participação do estudante na exposição, discussão e partilha de ideias e conhecimentos adquiridos nas leituras de referência das disciplinas, bem como de outras fontes relevantes para os temas em discussão. Nesta abordagem, o docente tem um papel facilitador, moderador e não mero transmissor de conhecimentos e experiências vividas.

No processo de ensino-aprendizagem, além da participação nas aulas, o estudante estará envolvido num conjunto de actividades estimuladoras da sua capacidade de aprendizagem e criatividade, tanto em grupo como individualmente, onde se ressalta:

- **Estudo independente** – o estudante irá investigar assuntos relativos às matérias leccionadas, no curso, com vista ao seu aprofundamento, assim como pesquisará sobre assuntos do seu interesse, tendo em conta a elaboração e implementação de um projecto de negócio;
- **Estudo orientado no laboratório** – incidirá sobre os temas relevantes de empreendedorismo e desenvolvimentos dos negócios dos empreendedores;
- **Sessões e palestras** – serão constituídas por participação em eventos sobre temas de interesse da Licenciatura; e
- **Seminários e trabalhos em grupo** – serão constituídos por apresentações e discussão de textos, temas, ensaios e trabalhos de grupo elaborados pelos estudantes, sob moderação de um ou mais docentes da Graduação.

No processo de empreendedorismo existem etapas importantes que podem ser subdivididas em categorias de cursos que tratam do ensino mais orientado à prática no campo, interagindo com aqueles que praticam o empreendedorismo e outra ligada à prática de gestão. Para que os estudantes sejam bem preparados para assumirem o papel de empreendedores, eles devem manter contactos frequentes com empreendedores de seu círculo mais próximo, durante todo período de sua formação. Outro método de ensino inclui a constituição de equipas de formadores, que incluem um docente e um operador, que interagem entre si, com os estudantes na sala de aula, com abordagens variadas e a interação contextual das actividades dos empreendedores e operadores.

Metodologia de Avaliação

A avaliação serve para verificar a apreensão e aplicação dos conhecimentos por parte dos estudantes. Assim, ela deve estabelecer o equilíbrio entre as capacidades de raciocínio, de memorização, de análise, de aplicação e de integração de conhecimentos, assim como da expressão oral e escrita.

Para efeitos de avaliação é adoptada a escala de 0 a 20 valores, vigente na UEM. A avaliação será feita através de testes escritos, trabalhos práticos no laboratório, exames e apresentação de trabalhos individuais e em grupo. Estes mecanismos de avaliação visam aferir as competências e habilidades adquiridas pelos estudantes, assim como os resultados do processo de ensino-aprendizagem, com destaque para os seguintes elementos:

- Capacidade de retenção e transmissão, de forma oral e escrita, dos conhecimentos adquiridos ao longo da formação;
- Competências adquiridas ao longo do curso;
- Capacidade de combinação da teoria à prática, consubstanciadas na melhor aplicação das teorias às situações reais vividas na comunidade;
- Motivação para o diálogo com os pares, discussão, difusão e produção do conhecimento como um processo social com benefícios para a comunidade; e
- Distinguir e identificar estudantes a partir das suas habilidades e competências, como forma de contribuir para a sua inserção em projectos associativos e comunitários.

ESTRUTURA E DURAÇÃO DO CURSO

O curso de Licenciatura em Gestão Comercial tem uma duração de quatro (4) anos lectivos, perfazendo um total de 240 créditos. Cada um dos oito (8) semestres tem um total de 30 créditos. No geral, cerca de 81% do curso é composto por disciplinas nucleares, que totalizam 195 créditos e os restantes 19% do curso, é composto por disciplinas complementares, totalizando 45 créditos. Os créditos foram calculados tendo como base que um (1) crédito corresponde a 30 horas de trabalho

efectivo de contacto directo e estudo individual, salienta-se que na UEM uma (1) hora efectiva de trabalho, corresponde a 50 minutos.

Este curso terá como pano de fundo, como os outros cursos oferecidos na ESNEC, três componentes fundamentais: empreendedorismo, tecnologia de informação e comunicação e línguas estrangeiras. Desde o início da sua formação na ESNEC, o estudante estará exposto as operações práticas de gestão de negócios.

CONTEÚDO DO CURSO E PLANO DE ESTUDOS

Ano de estudos	Se m.	Disciplina	Tipo de Disciplina	HS	C.H.Semestral		Total	Créd .
					HCD	HEI		
1º	1º	Métodos de estudo	Complementar	2	32	58	90	3
1º	1º	Técnicas de Expressão e Comunicação	Complementar	3	48	72	120	4
1º	1º	Inglês para Negócios I	Complementar	4	64	86	150	5
1º	1º	Matemática aplicada a gestão I	Nuclear	4	64	86	150	5
1º	1º	Noções de comércio	Nuclear	3	48	72	120	4
1º	1º	Introdução à Gestão	Nuclear	3	48	72	120	4
1º	1º	Informática Básica	Complementar	4	64	86	150	5
				23			900	30
1º	2º	Inglês para negócios II	Complementar	4	64	86	150	5
1º	2º	Economia I	Nuclear	4	64	86	150	5
1º	2º	Estatística básica	Nuclear	4	64	86	150	5
1º	2º	Cálculo financeiro	Nuclear	4	64	86	150	5
1º	2º	Matemática aplicada a gestão II	Nuclear	4	64	86	150	5
1º	2º	Prática e Simulação Empresarial I	Nuclear	2	32	118	150	5
				22			900	30
2º	3º	Economia II	Nuclear	4	64	86	150	5
2º	3º	Contabilidade Financeira I	Nuclear	4	64	116	180	6
2º	3º	Princípios de Marketing	Nuclear	3	48	72	120	4
2º	3º	Gestão de produção e aprovisionamento	Nuclear	4	64	86	150	5
2º	3º	Estatística aplicada	Nuclear	4	64	86	150	5
2º	3º	Prática e Simulação empresarial II	Nuclear	2	32	118	150	5
				21			900	30
2º	4º	Contabilidade de Gestão	Nuclear	4	64	86	150	5
2º	4º	Contabilidade Financeira II	Nuclear	4	64	116	180	6
2º	4º	Metodologia de Investigação Científica	Complementar	2	32	118	150	5
2º	4º	Comportamento e Liderança	Complementar	3	48	72	120	4
2º	4º	Métodos Quantitativos Aplicados	Nuclear	4	64	86	150	5

		a Gestão						
2º	4º	Prática e Simulação Empresarial III	Nuclear	2	32	118	150	5
				19			900	30
3º	5º	Empreendedorismo I	Nuclear	4	64	86	150	5
3º	5º	Técnicas de Negociação	Nuclear	4	64	86	150	5
3º	5º	Direito Empresarial	Complementar	3	48	72	120	4
3º	5º	Economia Internacional	Nuclear	4	64	116	180	6
3º	5º	Administração e Técnicas de Vendas	Nuclear	4	64	86	150	5
3	5	Prática e Simulação Empresarial IV	Nuclear	2	32	118	150	5
				21			900	30
3º	6º	Empreendedorismo II	Nuclear	4	64	86	150	5
3º	6º	Técnicas de Comércio Internacional	Nuclear	4	64	86	150	5
3º	6º	Marketing de Serviços	Nuclear	4	64	116	180	6
3º	6º	Gestão Financeira	Nuclear	4	64	86	150	5
3º	6º	Fiscalidade	Complementar	3	48	72	120	4
3º	6º	Prática e Simulação Empresarial V	Nuclear	2	32	118	150	5
				21			900	30
4º	7º	Estratégia Empresarial	Nuclear	4	64	86	150	5
4º	7º	Análise e Gestão de Projectos	Nuclear	4	64	146	210	7
4º	7º	Gestão de Sistemas logísticos	Nuclear	4	64	176	240	8
4º	7º	Comportamento do Consumidor	Nuclear	4	64	86	150	5
4º	7º	Prática e Simulação Empresarial VI	Nuclear	2	32	118	150	5
				18			900	30
4º	8º	Economia de Moçambique	Nuclear	4	64	86	150	5
4º	8º	Plano de Negócios para PME's	Nuclear	4	22	278	300	10
4º	8º	Trabalho Fim de Curso	Nuclear	2	32	418	450	15
				10			900	30
				155			7200	240

Legenda: **H.S** – Horas por semana, **H.C.D** – Horas de Contacto Directo, **C.H. Semestral** – Carga Horária Semestral, **H.E.I** – Horas de Estudo Independente

FORMAS DE CULMINAÇÃO DOS ESTUDOS

Para a culminação do Curso de Licenciatura em Gestão Comercial, os estudantes poderão optar entre Monografia, Exame de Estado e Estágio.

É esperado que até ao fim da formação, independentemente da forma de culminação do curso que optar, o estudante deve ter desenvolvido um Plano de Negócios da sua iniciativa empreendedora que possa ser imediatamente aplicada no mercado.

SOBRE O TRONCO COMUM

O Curso de Licenciatura em Gestão Comercial terá um tronco comum com os cursos de Finanças, Agro-Negócios e Gestão de Empresas, com uma duração de três (3) semestres. Estes semestres iniciais pretendem providenciar aos estudantes uma compreensão e apreciação das principais áreas de negócios e empreendedorismo. Pretende, também, desenvolver a capacidade do estudante de viver e trabalhar com outros, aprender da experiência e ser coerente com a tomada de decisões apropriadas.

Depois do tronco comum, o estudante será capaz de:

- Trabalhar em grupo e contribuir nos debates;
- Desenvolver trabalhos independentes num projecto;
- Tomar decisões apropriadas em gestão na base de análises e julgamentos adequados;
- Demonstrar a capacidade conceptual e prática para avaliar e gerir problemas e o dinamismo para desenvolver uma gama de soluções.

É de notar que cada estudante deverá candidatar-se ao curso pretendido logo no Exame de admissão, e não depois de frequentar o tronco comum.

De referir que, as partes práticas do currículo constituem a maior parte do ensino numa forma de estudo de casos, simulação empresarial de casos reais e trabalho de campo, particularmente em empresas comerciais. Assim, desde o início da sua formação, nesta escola, o estudante terá um trabalho de simulação empresarial em laboratórios.

Todos os cursos estão organizados de tal forma que o estudante possa combinar os fundamentos teóricos aos conhecimentos práticos dos temas relacionados com o empreendedorismo e gestão de pequenos negócios, em sintonia com as tendências contemporâneas, no país e no mundo.

Nesta perspectiva, a organização dos cursos permite confrontar, ao longo do processo de formação, as teorias às práticas das comunidades locais, onde foi constatado um enorme fosso, entre o crescimento da população e a necessidade do aumento equivalente das capacidades de resposta às exigências nutricionais, de acomodação, de realização técnico-científica, entre outras necessidades conducentes ao bem-estar das populações.

CLASSIFICAÇÃO FINAL DO CURSO

A classificação final do curso é feita com base no Sistema Ponderado de Avaliação (SPA), cuja média final, é ponderada das classificações obtidas pelo estudante nas disciplinas constantes do plano de estudo, multiplicadas pelos créditos da disciplina respectiva e dividida pelo total de créditos do curso, especificamente, 240 créditos.

$$\text{Média Final (SPA)} = (\sum \text{avaliação} \times \text{N}^\circ \text{ créditos}) / \sum \text{Créditos}$$

Na atribuição da classificação final do curso far-se-á corresponder a escala numérica às seguintes classificações:

- 19-20 valores: Excelente
- 17-18 valores: Muito Bom
- 14-16 valores: Bom
- 10-13 valores: Suficiente

TABELA DE PRECEDÊNCIAS

Disciplina subsequente	Disciplina Precedente
Inglês para Negócios II	Inglês para Negócios I
Matemática Aplicada a Gestão II	Matemática Aplicada a Gestão I
Economia II	Economia I
Estatística Aplicada	Estatística Básica
Contabilidade Financeira II	Contabilidade Financeira I
Empreendedorismo II	Empreendedorismo I
Técnicas de Comércio Internacional	Economia Internacional
Estratégia Empresarial	Introdução a Gestão
Marketing de Serviços	Princípios de Marketing

PROGRAMAS TEMÁTICOS DAS DISCIPLINAS

DISCIPLINA: MÉTODOS DE ESTUDO		CÓDIGO: METEST
ANO DE ESTUDOS: 1º	HORAS DE CONTACTO DIRECTO: 32	CRÉDITOS: 3
	HORAS DE ESTUDO INDEPENDENTE: 58	

INTRODUÇÃO:

Iniciar os estudantes na filosofia de estudo universitário com recurso às diferentes fontes de literatura impressa ou electrónica. Os diferentes métodos de pesquisa e de busca da verdade científica são os alicerces a serem cimentadas logo de início para que o resto do processo de ensino aprendizagem decore sem sobressaltos e, como forma de evitar o plágio e outras formas de desvio da propriedade intelectual.

RESULTADOS DE APRENDIZAGEM:

No fim desta disciplina, os estudantes devem ser capazes de:

- Aplicar técnicas de estudo eficiente e compreender a natureza e o processo de leitura
- Desenvolver estratégias de leitura, tomar e organizar notas, apontamentos e fichas de leitura
- Compreender as funções e objectivos dos principais *itens* dos ensaios e relatórios
- Elaborar ensaios e relatórios com objectividade, clareza e concisão de ideias e argumentos

Temas:	Contacto Directo				Estudo Independente				Total
	AT	AP	S	CD	L	G	P	EI	T
	Meios materiais e condições ambientais de estudo	3			3	3			3
Métodos "tradicionais" vs métodos modernos de leitura	3			3	3			3	6
Técnicas de notas de leitura e apontamentos nas aulas	3			3	3			3	6
Elaboração de fichas de estudo e de blocos de sínteses	3			3	3	6		9	12
O método moderno de estudo	4			4	3	4		7	11
Noção de Ciência e conhecimento	4			4	3	4		7	11
Tipologia de investigação: Métodos Gerais e Métodos Específico	4			4	4	6		10	14
Formulação de Problemas e construção de hipóteses.	4			4	4	4		8	12
Organização e Elaboração de Ensaios. Componentes Fundamentais de Relatórios de Pesquisa	4			4	4	4		8	12
TOTAL	32			32	30	28	0	58	90

METODOLOGIAS DE ENSINO:

A transmissão do conteúdo da cadeira consistirá na composição do seguinte

Aulas expositivas: Exposição teórica do docente, que abordará os diversos tópicos do programa temático;

Aulas práticas: Que consistirão em discussões de exercícios de aplicação e trabalhos práticos ligados à realidade moçambicana.

Seminários de debate: que compreenderam a apresentação dos temas adstritos aos alunos para preparação em momentos de estudo individual e debate em turma com a moderação do docente.

Como forma de potenciar a metodologia de ensino aprendizagem participativo os alunos serão convidados a preparar diferentes temas, relacionados com as matérias em curso, para apresentar e defender em sistema de palestras e nas aulas

ESTRATÉGIAS DE AVALIAÇÃO:

Nesta disciplina será privilegiada a avaliação contínua dos estudante por forma a avaliar o grau de compreensão das conteúdos leccionados e participação do estudante na resolução de trabalhos práticos

atribuídos pelos Grupo Docente. O estudante será dispensado do exame caso obtenha uma média de frequência igual ou superior a catorze valores (14) desde que não tenha nenhuma nota negativa (Conforme o regulamento Pedagógico) e os que tiverem nota abaixo de dez (10) valores serão excluídos do exame. Os estudantes admitidos ao exame normal que não conseguirem obter uma nota igual ou superior a dez (10) valores serão submetidos ao exame de recorrência.

LITERATURA BÁSICA:

1. Amaral, Wanda do (1999). *Guia para apresentação de teses, dissertações, trabalhos de graduação*, Livraria Universitária - Universidade Eduardo Mondlane, (2ª edição)
2. Frada, J. J. Cúdio (1994), *Guia Prático para elaboração e apresentação de Trabalhos Científicos*, Edições Cosmos
3. Lashley, Conrad (1995), *Improving Study Skills - A Competence Approach*, Edição da Cassell.
4. Gil, António Carlos (1999), *Métodos e Técnicas da Pesquisa Social*. 5ª Edição. Atlas. São Paulo;
5. Marconi, Marina de Andrade & Lakatos, Eva Maria (2008), *Técnicas de pesquisa*, Editora Atlas-SA. São Paulo; 7ª Edição.

AT = Aulas teóricas; AP/LAB = Aula prática ou laboratorial; S = Seminários; CD = Total de horas de contacto directo; L = Uso de literatura; G = trabalhos de grupo P = Elaboração de projectos; EI = Total horas de estudo independente; T = soma das horas de contacto directo e de estudo independente

DISCIPLINA: TÉCNICAS DE EXPRESSÃO E COMUNICAÇÃO				CÓDIGO: TEXCOM				
ANO DE ESTUDOS: 1º		HORAS DE CONTACTO DIRECTO: 48		CRÉDITOS: 4				
HORAS DE ESTUDO INDEPENDENTE: 72								
INTRODUÇÃO								
A disciplina de Técnicas de Expressão e Comunicação pretende oferecer e proporcionar ao futuro licenciado técnicas, orientações e informações básicas (ferramentas) que lhe permite desenvolver e aplicar com à vontade e eficiência a língua em diferentes situações de comunicação, no seu quotidiano e na sua vida profissional.								
RESULTADOS DE APRENDIZAGEM								
Ao terminar a formação o estudante deve ser capaz:								
<ul style="list-style-type: none"> • Utilizar as técnicas de comunicação e expressão em situações novas e concretas • Redigir diversos tipos de textos respeitando os princípios da comunicação e expressão. • Comunicar adequadamente em diversas situações da vida quotidiana. 								
TEMAS		Contacto Directo			Estudo Indep.			Total
		AT	AP/LAB	CD	L	G	EI	T
Linguagem Oral e Linguagem Escrita		2	4	6	04	04	08	14
Técnicas de Comunicação Eficazes/Atraentes: Conhecimento, voz, Vocabulário, Naturalidade, Respiração, Pronúncia, Velocidade, Sotaque, Expressão Corporal, Uso de Microfone, telefone (fixo e móvel), Bom Ouvinte.		4	10	14	06	10	16	32
Técnicas de Redacção de textos: Resumo, Síntese, Argumentação e Dissertação		6	16	22	16	26	42	56
A Comunicação na Organização		2	4	6		6	6	14
TOTAL		14	34	48	26	46	72	120
METODOLOGIA DE ENSINO								
Métodos activos e participativos em que o estudante é o agente de todo o processo, cabendo ao docente o papel de facilitador do ensino aprendizagem.								
As aulas serão leccionadas sob a forma de aulas teórica e práticas uma vez que se acredita que o estudante já traz algum conhecimento sobre as temáticas indicadas. Parte do tempo é reservada ao estudo individual e em grupo dos estudantes.								
ESTRATÉGIAS DE AVALIAÇÃO								
A avaliação nesta disciplina será com base em:								
Dois (02) Testes Escritos individuais.								
Apresentação de um (01) trabalho oral individual.								
Apresentação de (02) Trabalhos em Grupo.								
Exame Final.								
LITERATURA BÁSICA								
<ol style="list-style-type: none"> 1. Campbell, J.(1993). <i>Técnicas de Expressão Oral</i>. Lisboa: Presença. 2. Faulstich, Enilde L. De J.(2001), <i>Como ler, entender e redigir um texto</i>. 14 ed. Petrópolis. Editora Vozes. 3. Nascimento, Z. & PINTO, J. M. C.(2001). <i>A Dinâmica da Escrita</i>. Lisboa: Plátano. 4. Ferra, A. (1982). <i>Pedagogia Centrada na Pessoa</i>. Lisboa: Edição do autor. 5. Ferra, A. (1992). <i>Anima. Pedagogia e Animação Comunitária</i>. Lisboa: Edição da Associação Comunitária de Saúde Mental. 								

AT = Aulas teóricas; AP/LAB = Aula prática ou laboratorial; S = Seminários; CD = Total de horas de contacto directo; L = Uso de literatura; G = trabalhos de grupo P = Elaboração de projectos; EI = Total horas de estudo independente; T = soma das horas de contacto directo e de estudo independente

DISCIPLINA: INGLÊS PARA NEGÓCIOS I					CÓDIGO: INGPNEG1				
ANO DE ESTUDOS: 1º		HORAS DE CONTACTO: 64 HORAS DE ESTUDO INDEPENDENTE: 86			CRÉDITOS: 5				
<p>INTRODUÇÃO: Uma vez que Moçambique é membro da SADC, da Commonwealth e tendo em conta a questão da globalização é indispensável que os nossos estudantes sejam preparados de modo que tenham boas competências comunicativas e linguística nas relações internacionais. Assim sendo, a ESNEC integra no seu plano de estudos dos cursos que ministra, uma cadeira denominada Inglês para Negócios. A adopção desta cadeira tem como objectivo central capacitar os futuros graduados de modo que sejam flexíveis no mundo comercial e de negócios através do uso da língua Inglesa na comunicação. O presente plano analítico fornece, de forma detalhada e concisa, os conteúdos, as metodologias de ensino bem como de avaliação a serem aplicados nesta cadeira durante o 1º semestre do ano académico de 2012 para todos os cursos do tronco comum ministrados na ESNEC – Escola Superior de Negócios e Empreendedorismo de Chibuto.</p>									
<p>RESULTADOS DE APRENDIZAGEM: No fim desta disciplina, os estudantes devem ser capazes de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elaborar um sumário do argumento de um texto; • Utilizar a base de gramática para interpretar e compreender textos de economia e negócios; • Reconhecer o vocabulário, conceitos básicos do mundo de negócios (financeiro; bancário) e • Escrever, ler, escutar e falar razoavelmente a Língua Inglesa. 									
CONTEÚDOS	Contacto Directo				Estudo Independente				Total
	T	P/Lab	S	CD	L	G	P	EI	
Apresentação do docente e dos estudantes; Apresentação do programa e das respectivas metodologias de ensino e avaliação.	2	2	0	5	2	2	2	6	11
Profissões: títulos e responsabilidades; Descrição de tarefas.	4	4	4	14	4	4	3	11	25
Introdução à gestão: conceitos básicos de gestão; Principais funções na gestão; Gestão de recursos humanos ou pessoal.	3	4	0	4	4	4	4	12	16
Comunicação – introdução e conceitos básicos; Tipos de comunicação e sua importância na área comercial; Apresentações em público: técnicas e linguagem de apresentação em público; Perfil dum orador.	4	6	6	12	6	6	6	18	30
Empresas: tipos de empresas As empresas mais reconhecidas ao nível internacional; Correspondência comercial – introdução; Tipos de documentos mais usados na correspondência comercial;	3	6	3	9	6	6	6	18	27

Estrutura e linguagem de documentos comerciais.									
Cartas comerciais: invoices; cotações; encomendas, notas de entrega e recibos; Linguagem e estrutura.	3	4	2	6	4	4	4	12	18
Planificação – introdução e conceitos básicos; Tipos de planificação e sua importância.	2	2	2	4	2	2	5	9	13
Consolidação e realização de testes	6	4	0	10	5	5	0	10	20
TOTAL	15	32	17	64	33	33	20	86	150

METODOLOGIAS DE ENSINO

Durante as aulas a metodologia a aplicar será a do ensino centrado no estudante. Nesta metodologia, através da leitura e interpretação de vários documentos ligados à área comercial, os estudantes vão interagir entre eles bem como com os seus docentes. Além disso, os estudantes terão exercícios e trabalhos práticos relacionados com a elaboração de vários tipos de documentos usados no domínio comercial tais como: cartas comerciais, memorandum, fax, agendas de reuniões, etc. No concernente às competências comunicativas e linguística, haverá exercícios práticos orais e escritos.

ESTRATÉGIAS DE AVALIAÇÃO

Para verificar o grau de assimilação da matéria e dos conteúdos iremos dar aos estudantes exercícios de aplicação, os quais poderão ser escritos ou orais. Dependendo do tipo, estes exercícios poderão ser feitos individualmente ou em grupo.

Além destes dois testes que antecedem o exame final, os estudantes farão trabalhos que serão objecto de avaliação definidos pelo grupo da disciplina, tais como trabalhos de pesquisa, apresentações orais em grupos ou individuais.

Os critérios de, admissão, dispensa e exclusão ao exame estão definidos no Regulamento Pedagógico da UEM nos artigos 64, 65 e 67 respectivamente. Fica ainda excluído o estudante que for abrangido pelo disposto nos artigos 30 e 31 do Regulamento Pedagógico da UEM..

LITERATURA BÁSICA

1. Brieger, N. & Comfort, J., (1994). *Advanced Business Contacts*, Prentice Hall International.
2. Cotton, David (1988). *Keys to Management*, Addison Wesley Longman.
3. Cotton, D. and Kent, S. (2005). *Market Leader- Pre Intermediate*, Pearson Education Limited.
4. Duckworth, Michael (2003). *Business grammar & practice* (New ed.) New York:
5. Oxford University Press, USA.
6. Hollett Vicki e Duckworth Michael (1994) *BUSINESS opportunities workbook*. Oxford: Oxford University Press.
7. Murphy, R. (2006). *English Grammar in Use*, Cambridge University Press
8. Phillips, Anne & Phillips Terry (2000). *Business opportunities*. Hong Kong: Oxford University Press.
9. Soares, J. & Liz. (2001). *Headway intermediate*. Oxford: Oxford University Press.

AT = Aulas teóricas; AP/LAB = Aula prática ou laboratorial; S = Seminários; CD = Total de horas de contacto directo; L = Uso de literatura; G = trabalhos de grupo P = Elaboração de projectos; EI = Total horas de estudo independente; T = soma das horas de contacto directo e de estudo independente

DISCIPLINA: MATEMÁTICA APLICADA A GESTÃO I					CÓDIGO: MAG I						
ANO DE ESTUDOS: 1º		HORAS DE CONTACTO: 64			HORAS DE ESTUDO INDEPENDENTE: 86					CRÉDITOS: 5	
INTRODUÇÃO											
A disciplina de Matemática aplicada à gestão pretende dotar o estudantes de conhecimentos básicos e introdutórios que permitirão os estudantes compreender e operacionalizar conceitos e técnicas em outras disciplinas subsequentes, indispensáveis ao curso de gestão comercial.											
RESULTADOS DE APRENDIZAGEM											
No final desta disciplina o estudante deve ser capaz de:											
<ul style="list-style-type: none"> • Calcular limites de sucessões e de funções aplicando as suas regras; • Derivar diferentes funções usando as propriedades convenientes, • Resolver problemas de optimização de recursos, cálculo de juros, valor presente e futuro de uma renda; 											
TEMAS		Contacto Directo				Estudo Independente				Total	
		AT	AP/LAB	S	CD	L	G	P	EI		
Sucessão numérica e limite de uma sucessão		2	8	2	12	10	4		14	26	
Funções reais de variável real		4	10	4	18	6	10	8	24	44	
Limites e continuidade de funções		2	4	4	10	6	4	6	16	26	
Cálculo Diferencial		4	10	10	24	16	10	6	32	56	
TOTAL		12	32	20	64	38	28	20	86	150	
Cadeiras precedentes: Cadeiras subsequentes: Matemática Aplicada a Gestão II											
METODOLOGIA DE ENSINO											
A Matemática não pode ser vista como algo abstracto daí que vamos privilegiar aulas numa vertente prática, isto é, para além de abordar os temas programas mostraremos a aplicação dos mesmos nos domínios de gestão de recursos. Para tal os estudantes têm um papel preponderante para o alcance desta meta, na medida em que todo o processo de ensino estará neles centrado. As aulas serão do tipo teórico e prático. Este último será com recurso a fichas práticas previamente fornecidas para a consolidação dos temas então tratados.											
ESTRATÉGIAS DE AVALIAÇÃO											
A avaliação será feita com base em testes escritos, trabalho em grupo e pela participação do estudante nas aulas.											
BIBLIOGRAFIA BÁSICA											
A. C. Chiang.(1982). <i>Matemática para Economistas</i> , Editora McGraw-Hill, São Paulo. 1. Cassy. Bhangy. (2004). <i>Matrizes, Determinantes e Sistemas de Equações</i> , DMI, UEM. 2. Murolo, Afrânio, Bonetto. Giácomo.(2004). <i>Matemática Aplicada à Administração; Economia e Contabilidade</i> . São Paulo : Pioneira Thomson Learning.. B. Demidovitch.(1977/1984) <i>Problemas e Exercícios de análise Matemática 1ª; 2ª; 3ª e 4ª edição</i> . Editora Mir, Moscou. 3. Ayres, Frank & Mendelson, Elliot; <i>Cálculo Diferencial e Integral</i> . 4. Beirão, J (2006), <i>Introdução à análise matemática</i> , Texto Editores 5. Harshbarger & Reynolds, (2006), <i>Matemática Aplicada para Administração pública, Economia e Ciências Sociais e Biologia</i> , 7ª Ed, MC Graw Hill. 6. Sydsaeter, K & Hammond, R. (2005); <i>Matemática essencial para análise da economia</i> ; Moçambique editora.											

AT = Aulas teóricas; AP/LAB = Aula prática ou laboratorial; S = Seminários; CD = Total de horas de contacto directo; L = Uso de literatura; G = trabalhos de grupo P = Elaboração de projectos; EI = Total horas de estudo independente; T = soma das horas de contacto directo e de estudo independente

DISCIPLINA: NOÇÕES DE COMÉRCIO					CÓDIGO: NODECOM				
ANO DE ESTUDOS: 1º		HORAS DE CONTACTO: 48			CRÉDITOS: 4				
HORAS DE ESTUDO INDEPENDENTE: 72									
INTRODUÇÃO:									
O presente plano é um documento que contém a descrição da Cadeira de Noções de Comércio. Esta disciplina pretende dotar os estudantes de conhecimentos iniciais e básicos sobre os processos e procedimentos adoptados nas transacções comerciais entre as entidades, levando-os a compreender as relações formais e informais que normalmente estes intervenientes do comércio estabelecem entre si.									
RESULTADOS DE APRENDIZAGEM:									
No fim desta disciplina, os estudantes devem ser capazes de:									
<ul style="list-style-type: none"> • Compreender e explicar os conceitos, regras e procedimentos básicos relativos a exercício da actividade comercial; • Compreender a composição e funcionamento da máquina comercial, incluindo os principais operadores e instituições reguladoras. • Anunciar e explicar a noção, conteúdo, fases e documentos dos principais contratos e operações comerciais e financeiras, incluindo, compra e venda, depósito, empréstimos, seguro, transporte, franchising e leasing. • Elaborar, analisar e explicar o conteúdo dos principais documentos comerciais e títulos de crédito; 									
TEMAS	Contacto Directo				Estudo Independente				
	AT	AP/ LAB	S	CD	L	G	P	EI	T
Comércio. Suas Funções Económicas	4			4	4	4	2	10	14
A Máquina Comercial e os Principais Intervenientes	4	6		10	6	6	6	18	28
Organismos Dinamizadores da Actividade Comercial	6	6		12	6	4	6	16	28
Seguros e Alfandegas	6	2		8		4		4	12
Contratos e Operações Comercias Financeiras	4	6		10	4	6	6	16	26
Ética Comercial	4			4	4	2	2	8	12
TOTAL	28	20		48	12	16	24	72	120
METODOLOGIA DE ENSINO									
A transmissão de conhecimentos e habilidades será feita através de <i>Aulas Teóricas e práticas</i> , a decorrem em paralelo com a elaboração de um plano de negócios (trabalho em grupo), que será apresentado periodicamente para verificação da qualidade recomendada e a realização de <i>exercícios práticos</i> afim de consolidar alguns aspectos tratados nas aulas teóricas. Ao longo do curso será desenvolvida uma <i>abordagem participativa</i> , de forma a criar-se um ambiente agradável, susceptível de evidenciar o dinamismo individual. Por isso, os estudantes estão convidados a emitir as suas opiniões ou testemunhar com conhecimentos científicos sobre qualquer tópico em abordagem.									
ESTRATÉGIA DE AVALIAÇÃO									
A avaliação será feita com base em testes escritos, trabalho em grupo e pela participação do estudante nas aulas.									
LITERATURA BÁSICA									
1. Ganelli, W (1998). <i>Contratos Mercantis</i> , 10ª Edição, Verbo, São Paulo									

2. Gonçalves da Silva e Pereira J.M.E. (1998) *Contabilidade das Sociedades*. 1ª Edição, Plátano Editora. Lisboa
3. Munguambe, Salomão, (1988). *Noções Fundamentais de Comércio*, Maputo. (Rascunho da 2ª Edição disponível).
4. Vasquez, Sergio, *Legislação Económica de Moçambique*
5. Correia, A. Ferrer (1989). *Temas de Direito Comercial e Direito Internacional Privado*. Livraria ALMEDINA, Coimbra.
6. Leitão, Luís Manuel Teles de Menezes (2008). *Direito das Obrigações, Vol III* , 5ª Edição, ALMEDINA, Coimbra.

AT = Aulas teóricas; AP/LAB = Aula prática ou laboratorial; S = Seminários; CD = Total de horas de contacto directo; L = Uso de literatura; G = trabalhos de grupo P = Elaboração de projectos; EI = Total horas de estudo independente; T = soma das horas de contacto directo e de estudo independente

DISCIPLINA: INTRODUÇÃO À GESTÃO					CÓDIGO: IAG				
ANO DE ESTUDOS: 1		HORAS DE CONTACTO: 48			CRÉDITOS: 4				
		HORAS DE ESTUDO INDEPENDENTE: 72							
INTRODUÇÃO:									
O conhecimento das organizações e do processo de Gestão é de capital importância para o sucesso empresarial. Esta cadeira tem vista proporcionar aos estudantes conhecimentos profundos sobre o conceito de organizações e suas particularidades bem como as funções do gestor na Administração das mesmas porá melhor inserção no meio ambiente.									
RESULTADOS DE APRENDIZAGEM:									
<ul style="list-style-type: none"> • Interpretar os diversos conceitos dentro de uma visão em que se estabelece uma articulação estreita entre pessoas, sistemas e trabalho nas organizações. • Identificar as diferenças, rupturas e aberturas entre uma gestão renovada e uma gestão tradicional. • Entender o meio ambiente das organizações como permeado de dilemas, ambiguidades e paradoxos presentes na gestão das empresas nos seus sistemas, processos e funções. 									
TEMAS	Contacto Directo				Estudo Independente				T
	AT	AP/LAB	S	CD	L	G	P	EI	
Os conceitos básicos nas organizações	4	0	0	4	4	4	2	10	34
O papel da racionalidade no comportamento administrativo	6	0	0	6	4	4	2	10	12
As funções administrativas de Henry Fayol e a gestão das empresas	2	0	0	2	4	2	2	8	10
Funcionamento das organizações: a estrutura organizacional, diversidade, distribuição do poder.	8	2	0	10	2	4	2	8	12
O processo decisório	6	2	0	8	4	4	4	12	20
Sistemas da Organização. O meio ambiente das organizações	6	0	0	6	4	4	4	12	18
As práticas duma administração renovada	4	2	0	6	2	2	2	6	12
A função de Gestor na empresa	4	2	0	6	2	2	2	6	12
Total	40	8	0	48	26	26	20	72	120
METODOLOGIA DE ENSINO									
A transmissão de conhecimentos e habilidades será feita através de <i>Aulas Teóricas e práticas</i> , a decorrem em paralelo com a elaboração de um plano de negócios (trabalho em grupo), que será apresentado periodicamente para verificação da qualidade recomendada e a realização de <i>exercícios práticos</i> afim de consolidar alguns aspectos tratados nas aulas teóricas. Ao longo do curso será desenvolvida uma <i>abordagem participativa</i> , de forma a criar-se um ambiente agradável, susceptível de evidenciar o dinamismo individual. Por isso, os estudantes estão convidados a emitir as suas opiniões ou testemunhar com conhecimentos científicos sobre qualquer tópico em abordagem.									
ESTRATÉGIA DE AVALIAÇÃO									

A avaliação será feita com base em testes escritos, trabalho em grupo e pela participação do estudante nas aulas.

LITERATURA BÁSICA:

1. Bergamini, Cecilia Wihitaker (1997). *Motivação Nas Organizações*, 4ª Edição, SP, Atlas Editora.
2. Chiavenato, Idalberto (1987). *Administração de Empresas – Uma abordagem contingencial*, 3ª ed.
3. Chiavenato, Idalberto (2004). *Introdução à Teoria Geral Da Administração*, 7ª edição, Mac Growhill.
4. Ching, Hong Yuh (2001). *Gestão de Estoque na Cadeia de Logística Integrada*, 2ª Edição, S.P, Atlas Editora.
5. Corrêa, Henrique L. Et al (2001). *Planejamento, Programação e Controlo da Produção*, 4ª Edição, S.P, Atlas Editora.

AT = Aulas teóricas; AP/LAB = Aula prática ou laboratorial; S = Seminários; CD = Total de horas de contacto directo; L = Uso de literatura; G = trabalhos de grupo P = Elaboração de projectos; EI = Total horas de estudo independente; T = soma das horas de contacto directo e de estudo independente

DISCIPLINA: INFORMÁTICA BÁSICA		CÓDIGO: INFOBAS
ANO DE ESTUDOS: 1º	HORAS DE CONTACTO: 64 HORAS DE ESTUDO INDEPENDENTE: 86	CRÉDITOS: 5

INTRODUÇÃO

A dinâmica das economias actuais é em larga medida suportada por aquilo que alguns especialistas consideram como economia de conhecimento, isto é, quanto maior for o domínio das Tecnologias de Informação e Comunicação melhor será o nível de eficiência económica.

É dentro desta perspectiva que surge a cadeira de Informática Básica leccionada aos estudantes do 1º Ciclo de graduação em Finanças na UEM/Escola Superior de Negócios e Empreendedorismo de Chibuto (ESNEC).

Pretende-se a presente cadeira dotar os estudantes de Finanças de habilidades e competências no que concerne ao uso e domínio das Tecnologias de Informação e Comunicação na realização de actividades quer individuais quer organizacionais. Adicionalmente, procura-se com esta cadeira que os estudantes dominem e apliquem programas estatísticos, recursos da Internet e utilizar os recursos informáticos na resolução de problemas de gestão e de outras áreas de conhecimento

RESULTADOS DE APRENDIZAGEM:

No fim desta disciplina, os estudantes devem ser capazes de:

- Compreender a importância do uso das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) para a realização de actividades individuais e organizacionais.
- Compreender os componentes e o papel do computador e dominar os fundamentos de arquitectura do computador.
- Saber caracterizar, diferenciar e usar os programas ou aplicações e sistemas operativos
- Compreender a importância, funcionamento e papel do sistema operativo.
- Dominar e aplicar programas estatísticos, recursos da Internet e utilizar os recursos informáticos na resolução de problemas de gestão e de outras áreas de conhecimento.
- Compreender as tendências actuais das TIC

TEMAS	Contacto Directo				Estudo Independente				
	AT	AP/LAB	S	CD	L	G	P	EI	T
	Fundamentos de computador	4	4		8	6	10	4	20
Utilização do Computador	4	8		12	2	8	12	22	34
Dispositivos de armazenamento	2	6	4	12		6	6	12	24
Sistema de ficheiros e base de dados baseados no computador	4	10	6	20	4	10	12	26	46
Montagem e configuração de um PC	4	8		12	6	8	10	24	36
TOTAL	18	36	10	64	18	42	44	86	150

METODOLOGIA DE ENSINO

A transmissão de conhecimentos e habilidades será feita através de *Aulas Teóricas e práticas*, a decorrem em paralelo com a elaboração de um plano de negócios (trabalho em grupo), que será apresentado periodicamente para verificação da qualidade recomendada e a realização de *exercícios práticos* afim de consolidar alguns aspectos tratados nas aulas teóricas. Ao longo do curso será desenvolvida uma *abordagem participativa*, de forma a criar-se um ambiente agradável, susceptível de evidenciar o dinamismo individual. Por isso, os estudantes estão convidados a emitir as suas opiniões ou testemunhar com conhecimentos científicos sobre qualquer tópico em abordagem.

Sempre que possível o docente facultará as aulas práticas com alguma antecedência.
Para as aulas práticas será exigido que os estudantes tragam os exercícios práticos já resolvidos.

ESTRATEGIA DE AVALIAÇÃO

Nesta disciplina será privilegiada a avaliação contínua dos estudantes por forma a avaliar o grau de compreensão dos conteúdos leccionados e participação do estudante na resolução de trabalhos práticos atribuídos pelo Grupo Docente. O estudante será dispensado do exame caso obtenha uma média de frequência igual ou superior a catorze valores (14) desde que não tenha nenhuma nota negativa (Conforme o regulamento Pedagógico) e os que tiverem nota abaixo de dez (10) valores serão excluídos do exame. Os estudantes admitidos ao exame normal que não conseguirem obter uma nota igual ou superior a dez (10) valores serão submetidos ao exame de recorrência.

LITERATURA BÁSICA

1. Braga, William (2007). Informática elementar: Windows Vista, Atlas Books
2. Brito, Ronaldo Paes (2007). Concurso Essencial de Powerpoint 2007, Editora Digerati
3. Carlberg, Conrad BIA administrando a Empresa com Excel BIMakron Books
4. Manzano, André Luiz N. G e Maria Izabel N. G. (2007). Estudo dirigido de Microsoft Office Word 2007. Editora Érica
5. Tanenbaum, Andrew S. (1995). Aprendendo Informática. São Paulo: Makron Books
6. Velozo, F.C. (1999). Informática: conceitos básicos. Rio de Janeiro: Campus

AT = Aulas teóricas; AP/LAB = Aula prática ou laboratorial; S = Seminários; CD = Total de horas de contacto directo; L = Uso de literatura; G = trabalhos de grupo P = Elaboração de projectos; EI = Total horas de estudo independente; T = soma das horas de contacto directo e de estudo independente

DISCIPLINA: INGLÊS PARA NEGÓCIOS II					CÓDIGO: INGPNEG II					
ANO DE ESTUDOS: 1º		HORAS DE CONTACTO: 64			HORAS DE ESTUDO INDEPENDENTE: 86			CRÉDITOS: 5		
INTRODUÇÃO: Uma vez que Moçambique é membro da SADC, da Commonwealth e tendo em conta a questão da globalização é indispensável que os nossos estudantes sejam preparados de modo que tenham boas competências comunicativas e linguística nas relações internacionais. Assim sendo, a ESNEC integra no seu plano de estudos dos cursos que ministra, uma cadeira denominada Inglês para Negócios. A adopção desta cadeira tem como objectivo central capacitar os futuros graduados de modo que sejam flexíveis no mundo comercial e de negócios através do uso da língua Inglesa na comunicação. O presente plano analítico fornece, de forma detalhada e concisa, os conteúdos, as metodologias de ensino bem como de avaliação a serem aplicados nesta cadeira para todos os cursos do tronco comum ministrados na ESNEC – Escola Superior de Negócios e Empreendedorismo de Chibuto.										
RESULTADOS DE APRENDIZAGEM: No fim desta disciplina, os estudantes devem ser capazes de: <ul style="list-style-type: none"> • Elaborar um sumário do argumento de um texto; • Utilizar a base de gramática para interpretar e compreender textos de economia e negócios; • Reconhecer o vocabulário, conceitos básicos do mundo de negócios (financeiro; bancário) e • Escrever, ler, escutar e falar razoavelmente a Língua Inglesa. 										
CONTEÚDOS	Contacto Directo				Estudo Independente				Total	
	AT	AP/Lab	S	CD	L	G	P	EI		
Objectivos, missão e visão duma organização ou empresa	2	2	0	4	2	2	2	6	10	
O processo de produção – introdução A agricultura tradicional VS Agricultura moderna; Vantagens e desvantagens de cada tipo de agricultura.	6	2	0	8	4	4	2	10	18	
Gestão de tempo e de conflitos; Importância da planificação de tempo; Rotinas diárias.	6	4	0	10	4	4	2	10	20	
Principais condições para iniciar um negócio; Publicidade e marketing de produtos e serviços – importância.	8	4	0	12	6	6	4	16	28	
Recrutamento e processo de selecção de recursos humanos; Tipos e formas de selecção de recursos humanos; técnicas de entrevista; Saúde e segurança no trabalho.	6	2	0	8	6	6	4	16	24	
Negociações – conceitos básicos Técnicas de negociação e sua importância.	6	4	0	10	4	4	2	10	20	
Negócios VS culturas e ética; Como lidar com diferentes culturas sociais em negócios?	4	2	0	6	2	2	2	6	12	

Consolidação & testes	6		0	6	5	5	2	12	18
TOTAL	44	20	0	64	33	33	20	86	150

METODOLOGIA DE ENSINO E APRENDIZAGEM

Durante as aulas a metodologia a aplicar será a do ensino centrado no estudante. Nesta metodologia, através da leitura e interpretação de vários documentos ligados à área comercial, os estudantes vão interagir entre eles bem como com os seus docentes. Além disso, os estudantes terão exercícios e trabalhos práticos relacionados com a elaboração de vários tipos de documentos usados no domínio comercial tais como: cartas comerciais, memorandum, fax, agendas de reuniões, etc. No concernente às competências comunicativa e linguística, haverá exercícios práticos orais e escritos.

ESTRATÉGIA DE AVALIAÇÃO

Para verificar o grau de assimilação da matéria e dos conteúdos iremos dar aos estudantes exercícios de aplicação, os quais poderão ser escritos ou orais. Dependendo do tipo, estes exercícios poderão ser feitos individualmente ou em grupo. Ao estudante que faltar ao teste ou actividade que é objecto de avaliação será atribuída a nota zero.

LITERATURA BÁSICA

1. Brieger, N. & Comfort, J., (1994). *Advanced Business Contacts*, Prentice Hall International.
2. Cotton, D. and Kent, S. (2005). *Market Leader- Pre Intermediate*, Pearson Education Limited.
3. Duckworth, Michael (2003). *Business grammar & practice* (New ed.) New York: Oxford University Press, USA.
4. Flinders, Steve (1997). *Test your Business English – elementary*. England: Penguin Books.
5. Hollett Vicki e Duckworth Michael (1994) *BUSINESS opportunities workbook*. Oxford: Oxford University Press.
6. Murphy, R. (2006). *English Grammar in Use*, Cambridge University Press
7. Phillips, Anne & Phillips Terry (2000). *Business opportunities*. Hong Kong: Oxford University Press.
8. Flinders, Stove (1997). *Test your business English- intermediate*. England: Penguin Books.
9. Soares, J. & Liz. (2001). *Headway intermediate*. Oxford: Oxford University Press.

AT = Aulas teóricas; AP/LAB = Aula prática ou laboratorial; S = Seminários; CD = Total de horas de contacto directo; L = Uso de literatura; G = trabalhos de grupo P = Elaboração de projectos; EI = Total horas de estudo independente; T = soma das horas de contacto directo e de estudo independente

DISCIPLINA: ECONOMIA I		CODIGO: ECON I
ANO DE ESTUDOS: 1º	HORAS DE CONTACTO DIRECTO: 64 HORAS DE ESTUDO INDENPENDENTE: 86	CREDITOS: 5

INTRODUÇÃO:

A disciplina de Economia destina-se a criar bases para a compreensão dos fenómenos económicos a nível de unidades isoladas dos agentes, bem como a sua interligação no mercado. Apetrecha os estudantes ao conhecimento da utilização criteriosa dos recursos ao dispor das unidades económicas.

RESULTADOS DE APRENDIZAGEM

No fim desta disciplina, os estudantes devem ser capazes de:

- Interpretar o papel das unidades básicas no funcionamento do sistema económico;
- Dominar os conceitos fundamentais da economia;
- Resolver os problemas económicos mais gerais;
- Apresentar argumentos económicos de forma clara e lógica.

TEMAS:	Contacto Directo				Estudo Independente				T
	AT	AP	S	CD	L	G	P	EI	
	Conceitos básicos e princípios fundamentais da economia	4	2	2	8	4	2	2	
Problemas fundamentais de economia e de diferentes sistemas económicos	4	2	4	10	4	2	2	8	18
Teoria do consumidor (Família, Consumo e Procura)	6	8	8	22	14	12	4	30	52
Teoria de Produção e custos.	4	6	2	12	14	12	4	30	42
Tipos e estruturas de Mercado	4	6	2	12	6	4	0	10	22
Total	22	24	18	64	42	32	12	86	150

METODOLOGIAS DE ENSINO:

A transmissão de conhecimentos será feita através de *Aulas expositivas ou teóricas*, que serão dedicadas a exposição de conteúdos e fundamentos teóricos; e a realização de exercícios práticos, ensaios e seminários (ou defesas dos ensaios) afim de consolidar alguns aspectos tratados nas aulas teóricas. Ao longo de curso será desenvolvida uma *abordagem participativa*, por forma a criar-se um ambiente agradável, susceptível de evidenciar o dinamismo individual.

As aulas expositivas irão constituir cerca de 40% do tempo disponível. As aulas práticas, ensaios e seminários (ou defesas dos ensaios) constituirão o restante do tempo, sendo a turma subdividida em grupos para facilitar o debate e a participação. Sempre que possível os docentes facultarão as aulas práticas com alguma antecedência.

Nos seminários, os estudantes apresentarão e discutirão os resultados de pesquisa dos temas seleccionados em sorteio.

ESTRATEGIAS DE AVALIACAO:

Realização de testes escritos e trabalhos em grupo.

As condições de acesso e aprovação ao exame são estabelecidas pelo Regulamento Pedagógico da UEM em vigor. O exame consistirá de uma *prova escrita*.

LITERATURA BÁSICA:

1. Licussa, Estêvão Júlio Licussa, *Manuais de Introdução à Micro e Macroeconomia* 2006 UEM;
2. Mankiw, N. Gregory (2001) *Introdução à Economia*. Rio de Janeiro:Editora Campus Ltda;

3. Neves, João Luis Cesar das (2001) *Introdução à Economia*. 6ª Edição. Lisboa – São Paulo: Editorial Verbo;
4. Rossetti, José Paschoal (1997) *Introdução à Economia*. 17ª Edição. São Paulo: Editora Atlas S.A.;
5. Samuelson, Paulo A. e William D. Nordhaus (1999) *Economia*. 16ª Edição. Lisboa: McGraw-Hill;
6. Stiglitz, Joseph *Introdução à Microeconomia* tradução da 3ª. Edição Americana Editora Campus 2003;
7. Vasconcellos, Marco e Oliveira Roberto, *Manual de Microeconomia* 2ª. Edição Atlas 2000

AT = Aulas teóricas; AP/LAB = Aula prática ou laboratorial; S = Seminários; CD = Total de horas de contacto directo; L = Uso de literatura; G = trabalhos de grupo P = Elaboração de projectos; EI = Total horas de estudo independente; T = soma das horas de contacto directo e de estudo independente

DISCIPLINA: ESTATÍSTICA BÁSICA					CÓDIGO: ESTABAS				
ANO DE ESTUDOS: 1º		HORAS DE CONTACTO: 64			CRÉDITOS: 5				
		HORAS DE ESTUDO INDEPENDENTE: 86							
INTRODUÇÃO									
A disciplina de Estatística básica oferece elementos conceptuais e habilidades básicas na abordagem do estudante com as TIC's, preparando-o para encarar e manusear programas informáticos aplicados à gestão das organizações.									
RESULTADOS DA APRENDIZAGEM:									
<ul style="list-style-type: none"> No fim desta disciplina, os estudantes devem ser capazes de: Usar métodos estatísticos para recolher, analisar e interpretar dados relevantes para a gestão de um negócio. Aplicar análise regressão e correlação na análise dos problemas relacionados com a gestão de negócios Tomar decisões de gestão de negócio com base em informação estatística; 									
PROGRAMATEMÁTICO									
	Contacto Directo				Estudo Independente				
	AT	AP/LAB	S	CD	L	G	P	EI	Total
Introdução a estatística, teoria elementar de amostragem	4	6	4	14	6	10	10	26	40
Medidas de localização, variabilidade, assimetria e curtose	8	6	8	22	10	10	10	30	52
Números Índices	8	2		10	2	4	6	12	22
Regressão, correlação e séries temporais	8	6	4	18	6	10		16	34
TOTAL	28	20	16	64	24	34	28	86	150
Cadeiras precedentes:					Cadeiras subsequentes: Estatística Aplicada				
METODOLOGIA DE ENSINO									
Ao longo das aulas da em cada unidade temática será efectuada uma exposição, tão detalhada quanto possível, dos conteúdos programados. Dado o carácter eminentemente prático e instrumental das matérias, será privilegiada uma abordagem de ensino centrado no estudante, baseado na resolução de casos práticos ligados ao quotidiano das empresas e dos indivíduos. Estas actividades serão possíveis mediante a disponibilidade de uma série de exercícios distribuídos em formas de fichas tendo em conta os conteúdos programados.									
Para uma adequada compreensão da matéria por parte dos estudantes, recomenda-se que os mesmos dediquem regularmente à cada unidade temática algumas horas de trabalho extra-lectivo, estudando conceitos e resolvendo exercícios, quer das fichas de exercícios fornecidas pelo docente quer de outros manuais da área.									
ESTRATÉGIAS DE AVALIAÇÃO									
A avaliação será feita com base em testes escritos, trabalho em grupo e pela participação do estudante nas aulas.									

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

1. Gmurman, V.E. (1977). *Teoria de Probabilidades e Estatística Matemática*. Mir, URSS.
2. Murteira, Bento et al. (2010). *Introdução a Estatística*. Escolar Editora, Lisboa.
3. Milone, Giuseppe.(2004). *Estatística Geral e Aplicada*. Thomson, São Paulo.
4. Reis, Elizabeth. *Estatística Descritiva*. Edições Sílabos, 7ª Edição, Lisboa, 2008.
5. Reis, Elizabeth et al.(2007). *Estatística Aplicada. Vol. 1.*, Edições Sílabo, 5ª Edição, Lisboa.
6. Reis, Elizabeth et al.(2008). *Estatística Aplicada. Vol. 2.*, Edições Sílabo, 4ª Edição, Lisboa.
7. Robalo, A.(2003). *Estatística: Exercícios. Vol. I e II*. Edições Sílabos, Lisboa.
8. Silvestre, Antonio L.(2007). *Análise de Dados e Estatística Descritiva*. Escolar Editora, Lisboa.
9. Spiegel, Murray R. *Estatística*. 3ª Edição, Makron Books, São Paulo.
10. Toledo, Geraldo L., OVALLE, Ivo I.(1985). *Estatística Básica*. Atlas, 2ª Edição, São Paulo.

AT = Aulas teóricas; AP/LAB = Aula prática ou laboratorial; S = Seminários; CD = Total de horas de contacto directo; L = Uso de literatura; G = trabalhos de grupo P = Elaboração de projectos; EI = Total horas de estudo independente; T = soma das horas de contacto directo e de estudo independente

DISCIPLINA: CÁLCULO FINANCEIRO		CÓDIGO: CALFIN
ANO DE ESTUDOS: 1º	HORAS DE CONTACTO: 64 HORAS DE ESTUDO INDEPENDENTE: 86	CRÉDITOS: 5

INTRODUÇÃO

A disciplina de Cálculo Financeiro pretende promover um comportamento sistemático, por parte do estudante, que conduza à obtenção de informação extra em leituras obrigatórias e consultas bibliográficas. A reflexão e crítica serão estimuladas, quer a nível individual quer na actuação colectiva, na resolução de casos práticos da vida comercial.

RESULTADOS DE APRENDIZAGEM:

No fim desta disciplina, os estudantes devem ser capazes de:

- Aplicar os conhecimentos de cálculos financeiros na determinação do valor dos recursos financeiros;
- Estimar correctamente os Juros e negociar com instituições bancárias a aplicação das taxas de juros usando os métodos adequados;
- Criar boas práticas económicas para que a instituição ou empresa recupere os seus fundos investidos noutras empresas;
- Efectuar capitalizações e actualizações de um ou mais capitais, resolvendo problemas relativos a tais operações;
- Distinguir e equacionar o leque de opções que se oferecem ao mutuante e ao mutuário, para escolher a forma de reembolso de determinado empréstimo;
- Resolver problemas de rendas financeiras e elaborar quadros de amortização atendendo às diferentes modalidades de reembolso dos empréstimos.

TEMAS	Contacto Directo				Estudo Independente				
	AT	AP/LAB	S	CD	L	G	P	EI	T
	Considerações Sobre a Disciplina e Conceitos de Cálculos Financeiros	2	0		2	4		4	8
Capitalização	2	2	2	8	4	2	2	8	16
Descontos	4	2	4	10	4	2	2	8	18
Equivalência de valores	6	8	8	22	10	12	2	22	52
Rendas financeiras e amortizações de empréstimos	4	6	2	12	14	12	2	30	42
Avaliação de títulos (obrigações e acções)	4	6	2	12	6	4	0	10	22
TOTAL	22	24	18	64	42	32	12	86	150

METODOLOGIA DE ENSINO

O grupo da disciplina irá privilegiar o método de ensino centrado no estudante, com uma abordagem expositiva tendo em conta os conteúdos analíticos definidos e uma abordagem prática baseada na resolução de problemas que reflectem situações concretas e fichas de exercícios.

Encoraja-se aos estudantes que investiguem para além da Bibliografia recomendada, outros materiais relacionados por forma a alargar o horizonte dos resultados da aprendizagem.

Para uma melhor compreensão dos conteúdos por parte dos estudantes, recomenda-se que os mesmos dediquem regularmente à cada unidade temática algumas horas de trabalho extra-lectivo, estudando conceitos e resolvendo exercícios, quer das fichas de exercícios fornecidas pela equipe Docente quer de manuais relacionados.

ESTRATÉGIA DE AVALIAÇÃO

Nesta disciplina será privilegiada a avaliação contínua aos estudantes por forma a avaliar o grau de

compreensão dos conteúdos leccionados e participação do estudante na resolução de trabalhos práticos atribuídos pelos Grupo Docente. O estudante será dispensado do exame caso obtenha uma média de frequência igual ou superior a catorze valores (14) desde que não tenha nenhuma nota negativa (Conforme o regulamento Pedagógico) e os que tiverem nota abaixo de dez (10) valores serão excluídos do exame. Os estudantes admitidos ao exame normal que não conseguirem obter um nota igual ou superior a dez (10) valores serão submetidos ao exame de recorrência.

LITERATURA BÁSICA

1. Cadilhe, Miguel e Soares, Carlos (1973). *Lições de Matemática Financeira*, Livro Luz (Porto)
2. Cadilhe, Miguel e Soares, Carlos (1998). *Matemática Financeira Aplicada*, Edição Asa (Porto)
3. Laureano & Dos Santos (2011). *Cálculo Financeiro*, 4ª ed. Lisboa; Editora Escolar.
4. Mateus, J. (1995). *Cálculo Financeiro*, 4ª ed. Lisboa; Edições Silabo.
5. Mateus, J. (1995)². *Exercícios Práticos de Cálculo financeiro*, 4ªed, Lisboa; Edições Silabo.
6. Rodrigues, A. e Nicolau I. (2001). *Elementos de Cálculo Financeiro*, 4ª ed. Lisboa; Rei dos Livros.
7. Weston, F. Brigham, E. (2000). *Fundamentos da Administração Financeira*, 10ª ed, Makron Books, São Paulo.

AT = Aulas teóricas; AP/LAB = Aula prática ou laboratorial; S = Seminários; CD = Total de horas de contacto directo;

L = Uso de literatura; G = trabalhos de grupo P = Elaboração de projectos; EI = Total horas de estudo independente;

T = soma das horas de contacto directo e de estudo independente

DISCIPLINA: MATEMÁTICA APLICADA A GESTÃO II					CÓDIGO: MAG II					
ANO DE ESTUDOS: 1		HORAS DE CONTACTO: 64			CRÉDITOS: 5					
		HORAS DE ESTUDO INDEPENDENTE: 86								
INTRODUÇÃO										
A disciplina de Matemática Aplicada a Gestão II é continuação da Matemática aplicada a gestão I, sendo que ela oferece aos estudantes componentes cognitivas sólidas para lidar com outras matérias contabilísticas leccionadas em outras disciplinas do curso.										
RESULTADOS DA APRENDIZAGEM										
No final desta disciplina o estudante deve ser capaz de:										
<ul style="list-style-type: none"> • Calcular integrais de funções elementares, e aplicá-los no cálculo de valor médio de uma função, excedente do consumidor e do produtor Derivar diferentes funções usando as propriedades convenientes, • Aplicar a Álgebra matricial na resolução de problemas de gestão • Resolver problemas de optimização de recursos, cálculo de juros, valor presente e futuro de uma renda; 										
PROGRAMATEMÁTICO										
				Contacto Directo				Estudo Independente		Total
	AT	AP/LAB	S	CD	L	G	P	EI		
Cálculo Integral	4	10	10	24	16	16	2	34	58	
Álgebra Matricial	6	12		18	16	10		26	44	
Cálculo Diferencial em R^n	6	10	6	22	16	10		26	48	
TOTAL	16	32	16	64	48	36	2	86	150	
Cadeiras precedentes: Matemática Aplicada a Gestão I					Cadeiras subsequentes:					
METODOLOGIA DE ENSINO										
A Matemática não pode ser vista como algo abstracto daí que vamos privilegiar aulas numa vertente prática, isto é, para além de abordar os temas programas mostraremos a aplicação dos mesmos nos domínios de gestão de recursos. Para tal os estudantes têm um papel preponderante para o alcance desta meta, na medida em que todo o processo de ensino estará neles centrado. As aulas serão do tipo teórico e prático. Este último será com recurso a fichas práticas previamente fornecidas para a consolidação dos temas então tratados.										
ESTRATÉGIAS DE AVALIAÇÃO										
A avaliação será feita com base em testes escritos, trabalho em grupo e pela participação do estudante nas aulas										
BIBLIOGRAFIA BÁSICA										
<ol style="list-style-type: none"> 1. Cassy. Bhangy (2004). <i>Matrizes, Determinantes e Sistemas de Equações</i>, DMI, UEM 2. Murolo. Afrânio, Bonetto. Giacomo. (2004). <i>Matemática Aplicada à Administração; Economia e Contabilidade</i>. São Paulo : Pioneira Thomson Learning. 3. Tan.S.T. (2001). <i>Matemática aplicada a Administração e Economia</i>. 5ª edição americana- São Paulo. Pioneira Thomson Learning. 4. Demidovitch.(1977/1984) <i>Problemas e Exercícios de análise Matemática</i> 1ª; 2ª; 3ª e 4ª edição. Editora MIR, Moscou . 5. Ayres, Frank & Mendelson, Elliot; <i>Cálculo Diferencial e Integral</i>. 6. Beirão, J (2006), <i>Introdução à análise matemática</i>, Texto Editores 7. Harshbarger & Reynolds, (2006), <i>Matemática Aplicada para Administração pública, Economia e Ciências Sociais e Biologia</i>, 7ª Ed, MC Graw Hill. 										

AT = Aulas teóricas; AP/LAB = Aula prática ou laboratorial; S = Seminários; CD = Total de horas de contacto directo; L = Uso de literatura; G = trabalhos de grupo P = Elaboração de projectos; EI = Total horas de estudo independente; T = soma das horas de contacto directo e de estudo independente

DISCIPLINA: PRÁTICA E SIMULAÇÃO EMPRESARIAL I					CÓDIGO: PSE I				
ANO DE ESTUDOS: 1		HORAS DE CONTACTO: 32			CRÉDITOS: 5				
HORAS DE ESTUDO INDEPENDENTE: 118									
INTRODUÇÃO:									
A PSE I representa a primeira abordagem que os estudantes devem ter sobre a empresa, conceitos relacionados, sua envolvente (contextual e transaccional) e como esta se insere e opera entre as outras no mercado. É relevante porque permite que os estudantes adquiram e operacionalizem os conceitos fundamentais relacionados ao mundo empresarial.									
RESULTADOS DE APRENDIZAGEM:									
No fim desta disciplina, os estudantes devem ter desenvolvido a competência de:									
<ul style="list-style-type: none"> • Usar adequadamente os conceitos relacionados a empresa às aplicações do dia-a-dia; • Descrever e analisar o ambiente das empresas (ambiente de negócios); e • Compreender, das experiências de outras empresas, os desafios e oportunidades na criação e desenvolvimento de um negócio inovador. 									
Temas	Contacto Directo				Estudo Independente				
	AT	AP/LAB	S	CD	L	G	P	EI	T
INTRODUÇÃO À EMPRESA E SUA ORGANIZAÇÃO	4	4	10	18	20	10	0	30	44
AMBIENTE DE NEGÓCIOS Em Moçambique	2	4	4	10	20	10	30	30	8
EXPERIÊNCIAS COM ALGUMAS HISTÓRIAS EMPRESARIAIS As 50 maiores empresas do Mundo	4	4	0	8	10	20	6	36	12
TOTAL	10	12	14	32	50	40	36	118	150
METODOLOGIA DE ENSINO									
A transmissão de conhecimentos e habilidades será feita através de <i>Aulas Teóricas e práticas</i> , a decorrem em paralelo com a elaboração de um plano de negócios (trabalho em grupo), que será apresentado periodicamente para verificação da qualidade recomendada e a realização de <i>exercícios práticos</i> afim de consolidar alguns aspectos tratados nas aulas teóricas. Ao longo do curso será desenvolvida uma <i>abordagem participativa</i> , de forma a criar-se um ambiente agradável, susceptível de evidenciar o dinamismo individual. Por isso, os estudantes estão convidados a emitir as suas opiniões ou testemunhar com conhecimentos científicos sobre qualquer tópico em abordagem.									
ESTRATÉGIAS DE AVALIAÇÃO									
Serão elaborados testes escritos e trabalhos em grupo e individuais.									
As condições de acesso e aprovação ao exame são estabelecidas pelo Regulamento Pedagógico da UEM em vigor. O exame será por <i>escrito</i> .									
LITERATURA BÁSICA:									
<ol style="list-style-type: none"> 1. Ellis, Stephen & Fauré, Ives (orgs) (2000). <i>Empresas e Empresários Africanos</i>, Lisboa, Vulgata. 2. Fauré, Yves-A & Médard, Jean-F. (2000). <i>O estado-business e os políticos empresários: neopatrimonialismo e big men</i>, Lisboa, CEA/ISCTE, pp. 159-185. 3. Hugon, Filipe, (2000). <i>Os empresários africanos e a análise económica</i>, Lisboa, CEA/ISCTE, pp. 205-228 4. Ilo. (2005). <i>General Conditions to stimulate job creation in small and medium sized enterprises</i>. 5. Micro 2001 (1995). <i>Expandiendo las oportunidades economicas atraves del desarrollo</i> 									

empresarial—lineamentos del programa para consulta con los socios de BID, Noviembre.

6. Nowak, Maria,(1989) The role of microenterprises in rural industrialization in Africa in: Microenterprises in developing countries, Intermediate Technology Publications, pp. 57-74

AT = Aulas teóricas; AP/LAB = Aula prática ou laboratorial; S = Seminários; CD = Total de horas de contacto directo; L = Uso de literatura; G = trabalhos de grupo P = Elaboração de projectos; EI = Total horas de estudo independente; T = soma das horas de contacto directo e de estudo independente

DISCIPLINA: ECONOMIA II					CÓDIGO: ECON II								
ANO DE ESTUDOS: 2º		HORAS DE CONTACTO DIRECTO: 64			CREDITOS: 5								
		HORAS DE ESTUDO INDENPENDENTE: 86											
INTRODUÇÃO:													
<p>A disciplina de Economia II abre perspectivas para o conhecimento essencial dos fenómenos económicos agregados. Nesta disciplina aborda-se a importância do Estado no processo de gestão de política macroeconómica bem como as relações do país com o exterior. Uma visão de relance para o enquadramento da economia ao longo dos tempos ajuda a uma visão temporal das alterações dos factos económicos.</p>													
RESULTADOS DE APRENDIZAGEM.													
No fim desta disciplina, os estudantes devem ser capazes de:													
<ul style="list-style-type: none"> • Descrever, formular e interpretar os fenómenos e processos fundamentais da economia; • Distinguir e fundamentar as controvérsias das teorias económicas; • Avaliar e interpretar o papel do Estado e os efeitos das políticas macro-económicas nos diferentes sectores. • Explicar o funcionamento global do sistema económico (o papel das instituições económicas domésticas e internacionais); • Avaliar e interpretar a interligação das variáveis económicas e perspectivar as consequências que advenham da alteração destas; • Explicar a interligação das economias e as diferenças de níveis de desenvolvimento. 													
Temas:													
					Contacto Directo			Estudo Independente					
					AT	AP	S	CD	L	G	P	EI	T
Macroeconomia: Conceitos Básicos e breve introdução as correntes principais					4	2	0	6	4	2	0	6	12
Circuito económico global e a Contabilidade Nacional					8	12	0	20	14	12	0	26	46
Os principais agregados macroeconómicos					6	6	0	18	12	8	0	20	38
Estado: Funções e Políticas de intervenção na economia					6	4	0	12	8	4	0	12	24
Moeda e Instituições Financeiras					6	4	0	12	8	4	0	12	24
Problemática do desenvolvimento					4	4	0	8	6	4	0	10	18
					32	32	0	64	52	34	0	86	150
DISCIPLINA ANTECEDENTE: ECONOMIA I DISCIPLINA PRECEDENTE:													
METODOLOGIAS DE ENSINO:													
<p>A transmissão de conhecimentos será feita através de <i>Aulas Teóricas</i>, que serão dedicadas a exposição de conteúdos e fundamentos teóricos; e a realização de <i>exercícios práticos</i> afim de consolidar alguns aspectos tratados nas aulas teóricas.</p> <p>Ao longo de curso será desenvolvida uma <i>abordagem participativa centrada no estudante</i>, por forma a criar-se um ambiente agradável, susceptível de evidenciar o dinamismo individual. Por isso, os estudantes estão convidados a emitir as suas opiniões ou testemunhar com conhecimentos científicos sobre qualquer tópico em abordagem.</p>													

ESTRATÉGIAS DE AVALIAÇÃO:

A *média de frequência* (MF) será calculada pela *média aritmética* simples das notas dos dois testes, *ponderada pela participação* do estudante. Isto é, cada teste tem um peso de 40% e o juízo opinativo de 20%

De notar que o Juízo Opinativo dos Docentes será determinado com base da participação nas aulas práticas (preparação prévia das soluções dos exercícios, qualidade da argumentação e raciocínio lógico) e do resultado dos mini-testes.

As condições de acesso e aprovação ao exame são estabelecidas pelo Regulamento Pedagógico da UEM em vigor. O exame consistirá de uma *prova escrita*.

LITERATURA BÁSICA:

1. Frank, R. H. e Bem Bernanke (2003). *Principios de Economia*. McGraw-Hill. Lisboa.
2. Mankiw, N. Gregory (2001). *Introdução à Economia*. Rio de Janeiro: Editora Campus Ltda.
3. Neves, João Luis Cesar das (2001). *Introdução à Economia*. 6ª Edição. Lisboa – São Paulo: Editorial Verbo.
4. Rossetti, José Paschoal (2003). *Introdução à Economia*. 20ª Edição. São Paulo: Editora Atlas S.A.

AT = Aulas teóricas; AP/LAB = Aula prática ou laboratorial; S = Seminários; CD = Total de horas de contacto directo; L = Uso de literatura; G = trabalhos de grupo P = Elaboração de projectos; EI = Total horas de estudo independente; T = soma das horas de contacto directo e de estudo independente

DISCIPLINA: CONTABILIDADE FINANCEIRA I		CÓDIGO: CONTAFIN I
ANO DE ESTUDOS: 2º	HORAS DE CONTACTO: 64 HORAS DE ESTUDO INDEPENDENTE: 116	CRÉDITOS: 6

INTRODUÇÃO:

O presente plano analítico refere-se a cadeira de Contabilidade Financeira I ministrada no segundo semestre do primeiro ano de graduação, nos cursos de Finanças, Comércio, Agro-Negócios e Gestão & Liderança oferecidos pela ESNEC. É uma cadeira de tronco comum para todos os cursos acima referidos. Esta cadeira pretende dar uma visão geral e introdutória para o estudo da Contabilidade Financeira, um ramo da contabilidade Empresarial, esta por sua vez ramo da contabilidade Privada, inserida na Contabilidade Aplicada.

Nesta fase introdutória, procura-se consolidar os conceitos fundamentais do estudo da contabilidade, preparando o estudante á compreensão e aplicação correcta nas operações contabilísticas. É assim que no final desta cadeira os estudantes terão adquirido conhecimentos introdutórios sobre a demonstração de resultados e os problemas no estudo das contas, que serão melhor aprofundados na cadeira subsequente (Contabilidade Financeira II).

RESULTADOS DE APRENDIZAGEM:

No fim desta disciplina, os estudantes devem ser capazes de:

Aplicar os conceitos, princípios e regras essenciais da contabilidade;

Registar as operações comerciais e financeiras básicas;

Elaborar as demonstrações financeiras básicas, nomeadamente balancetes, balanços, demonstrações de resultados e fluxo de caixa.

Explicar o conteúdo e o significado das informações contabilístico-financeiras constantes das demonstrações financeiras.

TEMAS	Contacto Directo				Estudo Independente				T
	AT	AP/LAB	S	CD	L	G	P	EI	
	Introdução a contabilidade financeira O património	4	4	0	8	16	4	0	
Contabilização das Operações (no Diário, Razão e Balancete)	6	4	0	10	4	8	0	12	22
Demonstrações Financeiras (apuramento de Resultados e elaboração do Balanço)	10	12	0	22	8	16	20	24	66
Estudo das Contas: Alguns Problemas Especiais	4	8	0	12	4	8	8	20	32
Relatório de contas anuais	8	4	0	12	12	8	0	20	32
Total	32	32	0	64	44	44	28	116	180

METODOLOGIA DE ENSINO E APRENDIZAGEM

Para melhor apreensão dos conteúdos desta cadeira, o grupo da mesma adopta a metodologia de ensino centrado no estudante (ECE). É uma metodologia de ensino moderno, que exige muito empenho e dedicação dos estudantes na leitura, reflexão e debate e exercitação com colegas, na sala de aulas e fora dela. Neste método, o docente é um facilitador e mediador dos debates dos estudantes. Portanto, este orienta e direcciona o estudante no seu estudo.

A carga horária desta cadeira é de 180 horas, das quais 30 para aulas teóricas, 34 para aulas práticas e seminários e 116 para outras actividade.

ESTRATÉGIA DE AVALIAÇÃO

Para esta cadeira, privilegia-se a avaliação formativa, aquela que é realizada continuamente, por forma a medir o nível de compreensão/apreensão dos conteúdos ministrados. Ela poderá ser feita no final de cada aula ou conteúdo programático. Para o efeito, serão recomendados com frequência “trabalhos de casa”, que deverão ser debatidos em grupos na sala de aulas.

Para além da avaliação acima referida, de forma sumativa serão realizadas duas (2) avaliações escritas, das quais a média ditará a admissão, dispensa ou exclusão do estudante ao exame semestral.

LITERATURA BÁSICA:

1. Borges, A. et al., (2007). *As novas Demonstrações Financeiras – de acordo com as normas internacionais de contabilidade*, 1ª Edição, Atlas Editora, São Paulo.
2. Borges, A., Rodrigues, A. e Rodrigues, R. (2007). *Elementos da Contabilidade Geral*, 24ª Edição: Áreas Editora, Lisboa.
3. Borges, A. Rodrigues, A. e Morgado J. (2004). *Contabilidade e Finanças para a Gestão*, 2ª Edição.
4. Costa, Maria Fernando Assis (). *Introdução à Contabilidade*, 3ª Edição, Plátano Editora, Lisboa.
5. Marion, José Carlos (2005). *Contabilidade Empresarial*, 11ª Edição, Atlas Editora, São Paulo.
6. Silva, F. e Pereira, J. (1996). *Contabilidade das Sociedades*, 10ª Edição, Plátano Editora, Lisboa.
7. Wood, Frank (1984) *Business Accounting*, 4ª Edição, Longman Group Editora, New York.
8. PLANO GERAL DE CONTABILIDADE – Decreto nº 70/2009, de 22 de Dezembro, Plural Editores, Maputo.

AT = Aulas teóricas; AP/LAB = Aula prática ou laboratorial; S = Seminários; CD = Total de horas de contacto directo; L = Uso de literatura; G = trabalhos de grupo P = Elaboração de projectos; EI = Total horas de estudo independente; T = soma das horas de contacto directo e de estudo independente

DISCIPLINA: GESTÃO DE PRODUÇÃO E APROVISIONAMENTO					CÓDIGO: GPA				
ANO DE ESTUDOS: 3º		HORAS DE CONTACTO: 64			CRÉDITOS: 5				
		HORAS DE ESTUDO INDEPENDENTE: 86							
INTRODUÇÃO:									
A disciplina de Gestão de Produção e Aprovisionamento oferece aos estudantes conhecimentos sobre a gestão logística da produção e prepara os estudantes para compreenderem os sistemas logísticos que vai ser leccionada mais adiante.									
RESULTADOS DE APRENDIZAGEM:									
No fim do semestre, os estudantes devem ser capazes de:									
<ul style="list-style-type: none"> • Gerir a produção de um negócio. • Inter-relacionar a Gestão de Produção e Operações com as outras funções da gestão. • Utilizar os meios informáticos na resolução de problemas de gestão. • Resolver problemas de Gestão de Produção e Operações. 									
TEMAS	Contacto Directo				Estudo Independente				
	AT	AP/L AB	S	CD	L	G	P	EI	T
Evolução e Competitividade da Empresa	2	2		4	4	2	2	4	8
Modelos na Tomada de Decisão	2	6		8	4	10		14	22
Concepção do Sistema de Produção e Tomada de Decisão na Gestão de Produção	2	10	4	16	4	4	8	16	36
Programação e Controle de Operações	2	8	6	16	4	10	10	24	40
Gestão de Recursos Materiais e Gestão da Qualidade.	4	10	2	16	4	10	10	24	40
TOTAL	12	36	12	64	20	36	30	86	150
METODOLOGIA DE ENSINO									
A transmissão de conhecimentos e habilidades será feita através de <i>Aulas Teóricas e práticas</i> , a decorrem em paralelo com a elaboração de um plano de negócios (trabalho em grupo), que será apresentado periodicamente para verificação da qualidade recomendada e a realização de <i>exercícios práticos</i> afim de consolidar alguns aspectos tratados nas aulas teóricas. Ao longo do curso será desenvolvida uma <i>abordagem participativa</i> , de forma a criar-se um ambiente agradável, susceptível de evidenciar o dinamismo individual. Por isso, os estudantes estão convidados a emitir as suas opiniões ou testemunhar com conhecimentos científicos sobre qualquer tópico em abordagem.									
ESTRATÉGIAS DE AVALIAÇÃO									
Serão elaborados testes escritos e trabalhos em grupo e individuais.									
As condições de acesso e aprovação ao exame são estabelecidas pelo Regulamento Pedagógico da UEM em vigor. O exame será por <i>escrito</i> .									
BIBLIOGRAFIA RECOMENDADA									
<ol style="list-style-type: none"> 1. Mayer, R. R. (1984). <i>Administração de Produção</i>, Edição Atlas. 2. Harding, H.A.,(1989). <i>Administração da Produção</i>, S.A, Editora Atlas. 3. Reis, D. A.,(1978). <i>Administração de Produção</i>, Editora Atlas. 									

AT = Aulas teóricas; AP/LAB = Aula prática ou laboratorial; S = Seminários; CD = Total de horas de contacto directo; L = Uso de literatura; G = trabalhos de grupo P = Elaboração de projectos; EI = Total horas de estudo independente; T = soma das horas de contacto directo e de estudo independente

DISCIPLINA: ESTATÍSTICA APLICADA					CÓDIGO: ESTAPLI					
ANO DE ESTUDOS: 2º		HORAS DE CONTACTO: 64			CRÉDITOS: 5					
HORAS DE ESTUDO INDEPENDENTE: 86										
INTRODUÇÃO										
A Estatística Aplicada a gestão é uma cadeira leccionada no Segundo ano do curso de Gestão Comercial. Esta fornece aos estudantes conhecimentos que os permite a compreender o tratamento de dados usados nos processos de Gestão Comercial.										
RESULTADOS DE APRENDIZAGEM:										
No fim desta disciplina, o estudante deve se capaz de:										
<ul style="list-style-type: none"> • Explicar os conceitos básicos de probabilidades; • Conhecer e compreender a noção de probabilidade de um acontecimento e o seu papel na interpretação de previsões baseadas na incerteza e análise financeira; • Resolver problemas envolvendo o cálculo de probabilidades; • Adquirir a noção de modelo probabilístico, na forma de distribuição de probabilidades associada a uma variável aleatória e contínua; • Adquirir as primeiras noções de Estatística Inferencial, compreendendo a sua importância como um dos principais instrumentos do método científico; • Tomar decisões de gestão de negócio com base em informação estatística; 										
TEMAS		Contacto Directo				Estudo Independente				Total
		AT	AP/LAB	S	CD	L	G	P	EI	
Introdução à Teoria de Probabilidades		4	10		14	6	4	10	20	34
Distribuições de Probabilidades		4	10	4	18	4	10	10	24	42
Teoria de Amostragem		2	6	2	10	4	10		14	24
Inferência Estatística		4	10	8	22	4	10	14	28	50
TOTAL		12	36	14	64	18	34	34	86	150
Cadeiras precedentes: Estatística Básica a Gestão					Cadeiras subsequentes: Métodos Quantitativos Aplicados					
METODOLOGIA DE ENSINO										
Ao longo das aulas, em cada unidade temática, será efectuada uma exposição, tão detalhada quanto possível, dos conteúdos programáticos definidos. Dado o carácter eminentemente prático e instrumental das matérias, <i>será privilegiada uma abordagem de ensino centrado no estudante</i> , baseado na resolução de casos práticos ligados ao quotidiano das empresas e dos indivíduos. Serão, também, entregue um conjunto alargado de exercícios distribuídos por várias fichas de exercícios, de acordo com os conteúdos programáticos. Estas fichas devem ser previamente resolvidas pelo estudante (sozinho e em grupo) para que na devida aula esteja em condições de apresentar possíveis dúvidas. Para além disso, na bibliografia recomendada encontram-se inúmeros casos práticos (uns resolvidos, outros não), que podem contribuir significativamente para o sucesso da aprendizagem.										
Para uma adequada compreensão da matéria por parte dos estudantes, recomenda-se que os mesmos dediquem regularmente à cada unidade temática algumas horas de trabalho extra-lectivo, estudando conceitos e resolvendo exercícios, quer das fichas de exercícios fornecidas pela equipe docente quer de manuais da área.										
ESTRATÉGIAS DE AVALIAÇÃO										
A avaliação será feita com base em testes escritos, trabalho em grupo e pela participação do estudante nas aulas.										

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

1. Fonseca, Janeiro S. & Gilberto A.(1994). *Curso de Estatística*. 5ª ed. São Paulo, atlas.
2. Murteira, Bento at al. (2010). *Introdução a Estatística*. Escolar Editora, Lisboa.
3. Milone, Giuseppe (2004). *Estatística Geral e Aplicada*. Thomson, São Paulo.
4. Reis, Elizabeth (2008). *Estatística Descritiva*. Edições Sílabos, 7ª Edição, Lisboa.
5. Reis, Elizabeth at al. (2007). *Estatística Aplicada. Vol. 1.*, Edições Silabo, 5ª Edição, Lisboa.
6. Reis, Elizabeth at al. (2008). *Estatística Aplicada. Vol. 2.*, Edições Silabo, 4ª Edição, Lisboa.
7. Robalo, A. (2003). *Estatística: Exercícios. Vol. I e II*. Edições Sílabos, Lisboa.
8. Silvestre, Antonio L.(2007). *Análise de Dados e Estatística Descritiva*. Escolar Editora, Lisboa.
9. Spiegel, Murray R. *Estatística*. 3ª Edição, Makron Books, São Paulo.

AT = Aulas teóricas; AP/LAB = Aula prática ou laboratorial; S = Seminários; CD = Total de horas de contacto directo; L = Uso de literatura; G = trabalhos de grupo P = Elaboração de projectos; EI = Total horas de estudo independente; T = soma das horas de contacto directo e de estudo independente

DISCIPLINA: PRÁTICA E SIMULAÇÃO EMPRESARIAL II		CÓDIGO: PSE II
ANO DE ESTUDOS: 2	HORAS DE CONTACTO: 32	CRÉDITOS: 5
HORAS DE ESTUDO INDEPENDENTE: 118		

INTRODUÇÃO:

Depois de compreender e aplicar os conceitos gerais de empresas o passo a seguir é aplicar estes conceitos na prática pelo estudo de uma entidade em concreto. Esta disciplina é importante porque permite que os estudantes possam demonstrar o grau de conhecimento dos conceitos sobre a empresa. Nela, os estudantes devem descrever o funcionamento e gestão de uma empresa da região evidenciando os aspectos críticos (negativos) dela e propor medidas de solução; elaborar um plano de intervenção e discuti-la com a gestão da entidade e aplicar; monitorar e avaliar os resultados.

RESULTADOS DE APRENDIZAGEM:

No fim desta disciplina, os estudantes devem ter desenvolvido a competência de:

- Catalogar uma empresa apontando os aspectos de mau funcionamento e gestão e propor medidas de solução, discuti-las com os gestores e implementar e monitorar e avaliar os resultados;

Temas:	Contacto Directo				Estudo Independente				
	AT	AP/LAB	S	CD	L	G	P	EI	T
CATALOGAÇÃO DE UMA ORGANIZAÇÃO (EMPRESA).	2	10	4	16	22	30	6	58	74
DESENHO DE PROPOSTAS DE SOLUÇÃO PARA OS PROBLEMAS IDENTIFICADOS NA CATALOGAÇÃO	2	10	4	16	12	30	4	46	62
RELATÓRIO FINAL	0	0	0	0	2	10	2	14	14
TOTAL	4	20	8	32	36	70	12	118	150

METODOLOGIA DE ENSINO

A transmissão de conhecimentos e habilidades será feita através de *Aulas Teóricas e práticas*, a decorrem em paralelo com a elaboração de um plano de negócios (trabalho em grupo), que será apresentado periodicamente para verificação da qualidade recomendada e a realização de *exercícios práticos* afim de consolidar alguns aspectos tratados nas aulas teóricas. Ao longo do curso será desenvolvida uma *abordagem participativa*, de forma a criar-se um ambiente agradável, susceptível de evidenciar o dinamismo individual. Por isso, os estudantes estão convidados a emitir as suas opiniões ou testemunhar com conhecimentos científicos sobre qualquer tópico em abordagem.

ESTRATÉGIAS DE AVALIAÇÃO

Serão elaborados testes escritos e trabalhos em grupo e individuais.

As condições de acesso e aprovação ao exame são estabelecidas pelo Regulamento Pedagógico da UEM em vigor. O exame será por *escrito*.

LITERATURA BÁSICA:

1. Chiavenato, Idalberto (1987). *Administração de Empresas: Uma abordagem contingencial*, 3ª ed.
 2. Maximiano, António C. A. (1987). *Introdução à Administração*, 2ª edição, SP, Atlas Editora.
- Sousa, A. (1990). *Introdução à Gestão – Uma Abordagem Sistemática*, Lisboa, Editorial Verbo.

AT = Aulas teóricas; AP/LAB = Aula prática ou laboratorial; S = Seminários; CD = Total de horas de contacto directo; L = Uso de literatura; G = trabalhos de grupo P = Elaboração de projectos; EI = Total horas de estudo independente; T = soma das horas de contacto directo e de estudo independente

DISCIPLINA: CONTABILIDADE DE GESTÃO				CÓDIGO: CONTAGES					
ANO DE ESTUDOS: 2º		HORAS DE CONTACTO: 64				CRÉDITOS: 5			
		HORAS DE ESTUDO INDEPENDENTE: 86							

INTRODUÇÃO:

A contabilidade constitui uma ferramenta indispensável para que as empresas disponham de informação coerente e sistemática, não só para apoio às decisões dos gestores, mas também para permitir que os investidores, o fisco, os organismos de compilação de estatísticas e o público em geral acompanhem a sua actividade.

Uma boa tomada de decisões pressupõe um bom sistema de informação. A contabilidade, como técnica de informação ao serviço da empresa tem um papel importante como fornecedora de dados sobre a realidade económica, passada, presente e futura.

Apesar das carências sentidas em muitas empresas nacionais, a Contabilidade de Gestão continua a ser uma peça indispensável para se ter uma ideia exacta da evolução dos custos dos produtos, actividade produtiva e dos resultados para se ter um conhecimento da gestão da empresa. A contabilidade de Analítica não se limita apenas às empresas industriais, mas também se aplica às empresas comerciais e financeiras e as de prestação de serviços. Por outro lado, a Contabilidade Gestão é uma base para a implementação da gestão orçamental e do conseqüente controlo orçamental.

A disciplina de Contabilidade de Gestão é tipicamente orientada para estudantes do segundo ano, dos cursos de 1º ciclo de graduação em Comércio e Finanças, leccionados na Escola Superior de Negócios e Empreendedorismo de Chibuto (ESNEC). Esta cadeira visa essencialmente enquadrar os estudantes no âmbito e os objectivos gerais da técnica de análise, relato e apoio na tomada de decisões internas e externas a partir das informações da contabilidade.

RESULTADOS DE APRENDIZAGEM:

No fim desta disciplina, os estudantes devem ser capazes de:

- Aplicar os principais conceitos da contabilidade de custos na determinação dos custos de produção, análise das condições internas de exploração e planeamento das actividades futuras.
- Preparar e interpretar os documentos básicos da contabilidade interna.
- Preparar informações contabilístico-financeiras para o suporte de decisões de gestão
- Preparar o orçamento anual das actividades e avaliar o desempenho sectorial e geral da organização.
- Conceber, implementar e avaliar sistemas de custos básicos como ferramenta de controlo de gestão das organizações;
- Elaborar orçamentos da empresa para vários cenários de produção e vendas bem como controlar a sua execução;
- Determinar os custos de qualidade e resolver problemas de alocação de recursos tendo em conta as restrições de recursos e tempo de trabalho;
- Conceber, implementar ou avaliar sistemas de contabilidade analítica das organizações.

TEMAS	Contacto Directo				Estudo Independente				T
	AT	AP/LAB	S	CD	L	G	P	EI	
	Papel da contabilidade na organização	4	4	0	8	6	2	4	
Principais conceitos da contabilidade de gestão	6	4	0	10	4	8	2	14	24
Relação Custo-Volume-Resultado	8	4	0	12	8	4	4	16	28
Sistemas de apuramento do custo de produção	6	4	0	10	4	4	10	18	28
Uso dos dados de custos para a tomada	4	8	0	12	4	4	10	18	30

de decisões									
Custos padrões Orçamentos	4	8	0	12	4	4			20
TOTAL	32	32	0	64	30	26	30	86	150

METODOLOGIA DE ENSINO

Os conteúdos da disciplina serão desenvolvidos através de aulas expositivas, usando os instrumentos pedagógicos recomendados – quadro, retroprojector, esquemas em papel ou cartazes.

Serão usadas simulações pedagógicas como metodologia fundamental.

As aulas devem ter uma componente substancialmente técnico-prática. Após cada exposição será aplicada pequenos exemplos ilustrativos, e convidados os estudantes a resolver outros semelhantes fora das aulas para discutir e conferir com os docentes (colectivamente).

As aulas práticas consistirão na resolução e correcção de fichas de exercícios previamente elaboradas pelos docentes. Poderão ser formados pequenos grupos de estudantes e propor-lhes a resolução de “estudo de casos” ou de exercícios práticos abrangentes, reunindo os conteúdos ministrados.

ESTRATÉGIAS DE AVALIAÇÃO

A avaliação é um processo contínuo. No entanto, estão previstos dois testes complementados com um trabalho prático individual a ser feito fora da aula, e um exame final.

As condições de acesso e aprovação ao exame são estabelecidas pelo Regulamento Pedagógico da UEM em vigor. O exame consistirá de uma prova escrita.

LITERATURA BÁSICA:

1. Bartield, R., (2001). *Cost Accounting: Traditions and Innovations*, 4th Edition, Thomson Learning: USA.
2. Horngren, Foster e Datar. (2000). *Contabilidade de Custos*, 9ed., LTC Editora, Rio de Janeiro.
3. Garrison, R. (1998). *Managerial Accounting*. Irwin McGraw-Hill, USA.
4. Pereira, C., (1992). *Contabilidade Analítica: Um instrumento de Gestão*, Rei dos Livros, Lisboa.
5. Pereira, C., Franco, V. (2001). *Contabilidade analítica*. Rei dos livros, Lisboa.
6. Texto de Apoio de Contabilidade de custos.

AT = Aulas teóricas; AP/LAB = Aula prática ou laboratorial; S = Seminários; CD = Total de horas de contacto directo; L = Uso de literatura; G = trabalhos de grupo P = Elaboração de projectos; EI = Total horas de estudo independente; T = soma das horas de contacto directo e de estudo independente

DISCIPLINA: CONTABILIDADE FINANCEIRA II					CÓDIGO: CONTAFIN II				
ANO DE ESTUDOS: 2º		HORAS DE CONTACTO: 64			CRÉDITOS: 6				
		HORAS DE ESTUDO INDEPENDENTE: 116							
INTRODUÇÃO:									
<p>O presente plano analítico refere-se a cadeira de Contabilidade Financeira II ministrada no Primeiro semestre do segundo ano de graduação, nos cursos de Finanças, Comércio, Agro-Negócios e Gestão & Liderança oferecidos pela ESNEC. É uma cadeira de tronco comum para todos os cursos acima referidos. Esta cadeira pretende dar uma visão geral e evolutiva para o estudo da Contabilidade Financeira, um ramo da contabilidade Empresarial, esta por sua vez ramo da contabilidade Privada, inserida na Contabilidade Aplicada.</p> <p>Nesta fase, procura-se consolidar os conceitos fundamentais do estudo da contabilidade, preparando o estudante á compreensão e aplicação correcta nas operações contabilísticas.</p>									
RESULTADOS DE APRENDIZAGEM:									
<p>A cadeira de <i>Contabilidade Financeira II</i> tem por objectivos desenvolver conhecimentos, habilidades e atitudes dos estudantes sobre:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elaboração das Demonstrações Financeiras de Síntese; • Aplicar as Normas contabilísticas para a elaboração e interpretação das Demonstrações Financeiras; • Registar as operações Especiais; e • Contabilizar as operações das Sociedades. 									
	Contacto Directo				Estudo Independente				
	AT	AP/LAB	S	CD	L	G	P	EI	T
Elaboração e análise das Demonstrações Financeiras	8	12		20	12	14	2	28	48
Normalização Contabilística	8	8		16	10	16	8	44	60
Registos Especiais	10	6		16	10	10	6	26	42
Contabilidade das Sociedades	6	6		12	12	10	6	30	42
Total	32	32		64	44	44	8	116	180
METODOLOGIA DE ENSINO									
<p>A transmissão das aulas será feita através de aulas teóricas/práticas caracterizadas pela exposição e fundamentação teórica, acompanhada de aulas práticas. As aulas práticas visam consolidar os aspectos tratados nas aulas teóricas. No decurso das aulas será desenvolvida uma abordagem participativa centrada no estudante de forma a criar-se um ambiente de aprendizagem dinâmico.</p>									
Estratégia de Avaliação.									
<p>A avaliação é um processo contínuo. No entanto, serão elaborados testes e trabalhos de grupo. As condições de acesso e aprovação ao exame são estabelecidas pelo Regulamento Pedagógico da UEM em vigor. O exame consistirá de uma prova escrita.</p>									
LITERATURA BÁSICA:									
<ol style="list-style-type: none"> 1. Borges, A., Rodrigues, A. E Rodrigues, R. (2007). <i>Elementos de Contabilidade Geral</i>, 24ª Edição, Áreas Editora: Lisboa 2. Borges, A., Rodrigues, A. E Morgado J. (2004). <i>Contabilidade e Finanças para Gestão</i>, 2ª Edição 3. Jornal da União Europeia (2008). <i>Normas Internacionais de Contabilidade</i> 4. Silva, F. E Pereira, J. (1996). <i>Contabilidade das Sociedades</i>, 10ª Edição, Plátano Editora: Lisboa 5. Sistema de Contabilidade para o Sector Empresarial em Moçambique, aprovado pelo Decreto nr.70/2009 de 22 de Dezembro 									

AT = Aulas teóricas; AP/LAB = Aula prática ou laboratorial; S = Seminários; CD = Total de horas de contacto directo; L = Uso de literatura; G = trabalhos de grupo P = Elaboração de projectos; EI = Total horas de estudo independente; T = soma das horas de contacto directo e de estudo independente

DISCIPLINA: METODOLOGIA DE INVESTIGAÇÃO CIENTÍFICA		CÓDIGO: MIC
ANO DE ESTUDOS: 2º	HORAS DE CONTACTO DIRECTO: 32	CRÉDITOS: 5
	HORAS DE ESTUDO INDEPENDENTE: 118	

INTRODUÇÃO:

Esta disciplina visa dotar o estudante de ferramentas importantes para gerar ideias potenciais de investigação numa perspectiva científica. No entanto, procura-se trazer as diversas abordagens dos conceitos e conteúdos sobre a metodologia de investigação científica nas ciências sociais, para colmatar algumas dificuldades por parte dos estudantes finalistas da ESNEC no que concerne ao domínio e utilização correcta dos instrumentos de medição, análise de dados e elaboração do relatório de pesquisa. Nestes termos, se apresenta uma definição de medição no contexto das ciências sociais, assim como os requisitos que todo o instrumento de medição deve reunir: fiabilidade e validade. Também se apresenta o procedimento de codificação dos dados obtidos e a forma de prepara-los para a análise.

RESULTADOS DE APRENDIZAGEM:

No fim desta disciplina, o estudante deve ser capaz de:

Identificar os principais instrumentos de medição disponíveis em ciências sociais;

Preparar os dados para a sua análise;

Identificar as principais provas estatísticas levadas a cabo para as ciências sociais, assim como a sua aplicação;

Compreender o destacado papel que joga o usuário na apresentação dos resultados;

Elaborar ensaios e relatórios de investigação estruturados, claros e objectivos.

TEMAS:

	Contacto Directo				Estudo Independente				Total
	AT	AP	S	CD	L	G	P	EI	T
	Preparação de Projectos de Investigação Científica	2	2	0	4	15	5	10	30
Recolha dos dados	2	4	4	10	5	5	8	18	28
Análise dos dados	4	4	0	8	10	5	20	35	43
Elaboração do relatório de pesquisa	4	4	2	10	10	5	20	35	45
TOTAL	12	14	4	32	40	20	60	118	150

METODOLOGIAS DE ENSINO:

Para melhor compreensão dos conteúdos desta disciplina, o grupo da disciplina deve adoptar pela metodologia de Ensino Centrado no Estudante (ECE). O processo de ensino será feito com base nas aulas práticas, acompanhadas pela exposição e fundamentos teóricos, estas evidenciadas pela realização de exercícios e de ensaios práticos a fim de consolidar os aspectos tratados teoricamente. Ao longo das aulas será desenvolvida uma abordagem participativa centrada no estudante, de forma a criar-se um ambiente de aprendizagem dinâmico.

ESTRATÉGIAS DE AVALIAÇÃO

A avaliação será feita com base em, trabalhos práticos, em grupos e pela participação do estudante nas aulas.

A *média de frequência* (MF) será calculada pela *média aritmética* dos testes e trabalhos de grupo..

As condições de acesso e aprovação ao exame são estabelecidas pelo Regulamento Pedagógico da UEM em vigor. O exame final consistirá na defesa de um relatório de investigação.

LITERATURA BÁSICA

1. Cervo, A. L., Bervian, P. A. (1983). Metodologia Científica, Editor: MacGraw-Hill do Brasil.
2. Frada, J. J. Cúdio. (1994). Guia Prático para elaboração e apresentação de Trabalhos Científicos, Edições Cosmos.

3. Gil, António Carlos, (2002). Técnicas de Pesquisa em Economia e Elaboração de Monografias, Editora Atlas S.A.
4. Munguambe, Salomão (2007). Texto de Apoio á disciplina de Métodos e Técnicas de Investigação Económica, UEM/Faculdade de Economia.
5. Sampier , Roberto Hernandez (2007). Metodología de la Investigación 2, Editora: Félix Varela, La habana. Cuba.

AT = Aulas teóricas; AP/LAB = Aula prática ou laboratorial; S = Seminários; CD = Total de horas de contacto directo; L = Uso de literatura; G = trabalhos de grupo P = Elaboração de projectos; EI = Total horas de estudo independente; T = soma das horas de contacto directo e de estudo independente

DISCIPLINA: COMPORTAMENTO E LIDERANÇA					CÓDIGO: COMPLID				
ANO DE ESTUDOS: 2º		HORAS DE CONTACTO: 48			CRÉDITOS: 4				
		HORAS DE ESTUDO INDEPENDENTE: 72							
INTRODUÇÃO:									
<p>Nesta disciplina pretende-se aprofundar as características individuais enquanto determinantes do comportamento que estão presentes no local de trabalho. A trajectória da construção da individualidade. As principais características da percepção humana. Condicionamentos e distorções presentes nos mecanismos perceptivos. As questões relacionadas com a percepção interpessoal e a relação entre grupos em cooperação.</p> <p>Será dada ênfase à motivação no trabalho através da contribuição de diferentes teorias e abordagens. Principais variáveis motivacionais. Motivação, participação e eficiência. Relacionamento entre motivação e estímulo. Motivação, frustração e mecanismos de defesa. A teoria behaviorista de estímulo resposta e suas implicações no ambiente organizacional. Constatar a relação existente entre os factores motivacionais e a injeção nas organizações.</p> <p>Assim, torna-se importante o conhecimento da liderança tanto em pequenas empresas, assim como nas grandes organizações.</p>									
RESULTADOS DE APRENDIZAGEM:									
<p>No fim desta disciplina, os estudantes devem ser capazes de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificar os mecanismos psíquicos subjacentes aos comportamentos. • Analisar aspectos do comportamento humano nas organizações, com vista a fundamentar acções e intervenções de psicólogos e outros profissionais especialistas na gestão de pessoas. • Compreender a vida organizacional como algo permeado de ambiguidades que exige assimilação crítica, inovação e criatividade e adaptação aos valores culturais dos grupos humanos em cooperação. • Desenvolver estímulos para uma personalidade com competências empreendedoras 									
TEMAS	Contacto Directo				Estudo Independente				
	AT	AP/LAB	S	CD	L	G	P	EI	T
Comportamento Organizacional: conceito e características	2	4		6	2	5	4	11	17
Dimensões do Comportamento Organizacional: indivíduos, o grupo, os sistemas e a dinâmica organizacionais	4	6		10	4	5	4	13	23
Motivação e emoção nas organizações	2	2		4	2	2	2	6	10
Comunicação nas Organizações	2	2		4	4		4	8	12
Cultura e Clima Organizacional	2	2		4	2	4	2	8	12
Grupos e Equipes de Trabalho	4	4		8	4	2	4	10	18
Autoridade, Poder e Liderança	2	2		4	4	4	2	10	14
Aspectos do comportamento organizacional.	4	4		8	2	2	2	6	14
Total	22	26		48	24	24	24	72	120

METODOLOGIAS DE ENSINO

Será adoptada a metodologia de Ensino Centrado no Estudante (ECE). O processo de ensino será feito com base nas aulas teóricas, acompanhadas pela exposição e fundamentos práticos, realização de exercícios e de ensaios a fim de consolidar os aspectos tratados teoricamente. Ao longo das aulas.

ESTRATÉGIAS DE AVALIAÇÃO

A avaliação será feita com base em testes individuais, trabalhos práticos (TP) em grupos e pela participação do estudante nas aulas.

As condições de acesso e aprovação ao exame são estabelecidas pelo Regulamento Pedagógico da UEM em vigor.

LITERATURA BÁSICA:

1. Bitencourt, Claudia e colaboradores (2010). *Gestão Contemporânea de pessoas: novas práticas conceitos tradicionais*. 2. ed. Porto Alegre: Bookman. (ARQUIVO em DVD)
2. Câmara, p. B.; guerra, p. B.; rodrigues, j. V. (2005). *Humanator*. 6ª ED., Lisboa: Dom Quixote.
3. Iacoca, Lee (2007). *Onde estão os bons líderes?* Lisboa: Conjuntura Actual Editora.
4. Kets de Vries, M. F. R. A inveja, a grande esquecida dos factores de motivação em gestão, pp. 67-82. *Os Melhores Artigos Da Harvard Business Review*. Liderança (2006). São Paulo: Editora Campus,.
5. Kotter, J. P. O que os gerentes eficazes realmente fazem. pp.139-164. In: *Liderança (2006)*. São Paulo: Editora Campus, *Os Melhores Artigos Da Harvard Business Review*
6. Robbins, Stephen P. (2005). *Comportamento organizacional*. 11. ed. RJ: Pearson Prentice Hall.
7. Sousa, Fátima H. de. (2006). *Os comportamentos nas organizações*. Lisboa: Editorial verbo.

AT = Aulas teóricas; AP/LAB = Aula prática ou laboratorial; S = Seminários; CD = Total de horas de contacto directo; L = Uso de literatura; G = trabalhos de grupo P = Elaboração de projectos; EI = Total horas de estudo independente; T = soma das horas de contacto directo e de estudo independente

DISCIPLINA: MÉTODOS QUANTITATIVOS APLICADOS A GESTÃO					CÓDIGO: MQG				
ANO DE ESTUDOS: 2º		HORAS DE CONTACTO: 64			CRÉDITOS: 5				
		HORAS DE ESTUDO INDEPENDENTE: 86							
INTRODUÇÃO:									
A Gestão Comercial implica a utilização de métodos e técnicas para garantir uma efectiva administração das entidades. A cadeira de Métodos Quantitativos Aplicados a Gestão dota os estudantes de ferramentas essenciais para calcular todos custos a que uma empresa/organização incorre no prosseguimento da sua missão.									
RESULTADOS DE APRENDIZAGEM:									
No fim do semestre, os estudantes devem ser capazes de:									
<ul style="list-style-type: none"> • Observar e definir os problemas reais de gestão económica e formular modelos quantitativos que forneçam soluções práticas, • Analisar e interpretar tais soluções, integrá-las no processo de tomada de decisão da organização, • Reconhecer os limites da aplicação ou uso de modelos quantitativos na análise da realidade económica. 									
TEMAS	Contacto Directo				Estudo Independente				
	AT	AP/L AB	S	CD	L	G	P	EI	T
O processo de Modelação Quantitativa	2	4	2	8	2	4	4	10	18
Teoria de Decisão e Utilidade	4	2	10	16	8	10	4	22	38
Modelos de Previsão	4	8		12	8	10		18	30
Modelos de Optimização	8	8		16	8	8	4	20	36
Análise de Cadeias de Markov	8	8		12	6	4	6	16	28
TOTAL	26	30	12	64	32	36	18	86	150
DISCIPLINA PRECEDENTE: ESTATÍSTICA APLICADA									
METODOLOGIAS DE ENSINO									
Será adoptada a metodologia de Ensino Centrado no Estudante (ECE). O processo de ensino será feito com base nas aulas teóricas, acompanhadas pela exposição e fundamentos práticos, realização de exercícios e de ensaios a fim de consolidar os aspectos tratados teoricamente. Ao longo das aulas.									
ESTRATÉGIAS DE AVALIAÇÃO									
A avaliação será feita com base em testes individuais, trabalhos praticos(TP) em grupos e pela participação do estudante nas aulas.									
As condições de acesso e aprovação ao exame são estabelecidas pelo Regulamento Pedagógico da UEM em vigor.									
BIBLIOGRAFIA RECOMENDADA									
<ol style="list-style-type: none"> 1. Shamblin, J.E.G.T. Stevens Jr. (1987). <i>Pesquisa Operacional: Uma abordagem Básica</i>. 2. Verma, Harish L. (1978). <i>Introduction to Quantitative Methods: A Business Emphasis</i>. A Wiley/Hamilton Publication, John Wiley & Sons Inc. USA. New York, 1978 3. Newbold, P. (1995), <i>Statistics for Business and Economics</i>, 4th ed. Printice Hall International Editions, London. 									

AT = Aulas teóricas; AP/LAB = Aula prática ou laboratorial; S = Seminários; CD = Total de horas de contacto directo; L = Uso de literatura; G = trabalhos de grupo P = Elaboração de projectos; EI = Total horas de estudo independente; T = soma das horas de contacto directo e de estudo independente

DISCIPLINA: PRÁTICA E SIMULAÇÃO EMPRESARIAL III					CÓDIGO: PSE III					
ANO DE ESTUDOS: 2		HORAS DE CONTACTO: 32			CRÉDITOS: 5					
		HORAS DE ESTUDO INDEPENDENTE: 118								
INTRODUÇÃO:										
A Simulação incide sobre a criação de uma ideia de produto ou serviço hipotético que possam ser implementados na vida prática. Esta disciplina é importante porque desenvolve habilidades cognitivas fundamentais para futuros empreendedores/gestores, que é criar um produto/serviço inovadores e implementarem com sucesso.										
RESULTADOS DE APRENDIZAGEM:										
<ul style="list-style-type: none"> • Desenvolver habilidades de pensar de forma lógica e cronológica para criar uma ideia de produto/serviço inovador; e • Criar a capacidade no estudante para quantificar o custo de uma ideia de produto/serviço e avaliar a sua aplicabilidade prática em função dos custos por si estimados. 										
TEMAS:		Contacto Directo				Estudo Independente				
		AT	AP/LA B	S	CD	L	G	P	EI	T
Processo de criação de ideia de produto / serviço A análise do ambiente (o Modelo SWOT)		2	10	4	16	22	30	6	58	74
Identificação de necessidades e efectivação dos produtos / serviços – Orçamentação		2	10	4	16	12	30	4	46	62
Relatório Final		0	0	0	0	2	10	2	14	14
TOTAL		4	20	8	32	36	70	12	118	150
METODOLOGIAS DE ENSINO										
Será adoptada a metodologia de Ensino Centrado no Estudante (ECE). O processo de ensino será feito com base nas aulas teóricas, acompanhadas pela exposição e fundamentos práticos, realização de exercícios e de ensaios a fim de consolidar os aspectos tratados teoricamente. Ao longo das aulas.										
ESTRATÉGIAS DE AVALIAÇÃO										
A avaliação será feita com base em testes individuais, trabalhos praticos(TP) em grupos e pela participação do estudante nas aulas. As condições de acesso e aprovação ao exame são estabelecidas pelo Regulamento Pedagógico da UEM em vigor.										
LITERATURA BÁSICA:										
<ol style="list-style-type: none"> 1. Maximiano, António C. A. (1987). <i>Introdução à Administração</i>, 2ª edição, SP, Atlas Editora. 2. Sousa, A. (1990). <i>Introdução à Gestão – Uma Abordagem Sistemática</i>, Lisboa, Editorial Verbo. 										

AT = Aulas teóricas; AP/LAB = Aula prática ou laboratorial; S = Seminários; CD = Total de horas de contacto directo; L = Uso de literatura; G = trabalhos de grupo P = Elaboração de projectos; EI = Total horas de estudo independente; T = soma das horas de contacto directo e de estudo independente

DISCIPLINA: EMPREENDEDORISMO I		CÓDIGO: EMPREND I
ANO DE ESTUDOS: 3º	HORAS DE CONTACTO: 64 HORAS DE ESTUDO INDEPENDENTE: 86	CRÉDITOS: 5

INTRODUÇÃO:

Actualmente tem sido obrigatório para qualquer profissional (gestor ou proprietário de um negócio) conhecer os elementos básicos que asseguram o sucesso das suas actividades em ambientes dinâmicos e flexíveis de modo a saber adaptar-se a cada exigência que surgir.

Muitas são as pessoas que procuram soluções para fazer face ao problema da dinâmica social sem ter que depender de terceiros para garantir o seu bem-estar económico e financeiro. Poucos são os que conseguem ter soluções práticas e adaptáveis em uma diversidade de ambientes.

RESULTADOS DE APRENDIZAGEM:

No fim desta disciplina, os estudantes devem ser capazes de:

- Identificar oportunidades de negócios no mercado;
- Gerar novas ideias empreendedoras;
- Produzir um Plano de Negócios;
- Identificar elementos necessários para um gestão eficiente de negócios

TEMAS	Contacto Directo				Est. Independente				T
	AT	AP/LAB	S	CD	L	G	P	EI	
	Definição de Conceitos de Empresário e Empreendedorismo	2		2	4	4			
Identificação e análise de Oportunidades de Negócios	2	8	2	4	8	16	22	46	50
Desenho e concepção de novos empreendimentos	2	10	2	6	8	14	18	40	46
Financiamentos para novos empreendimentos	2	6	2	2	6			6	8
Gestão de pequenos empreendimentos em ambientes de mudanças	2	4	2	4	8		18	26	30
O Plano de Negócios	2	8	6	4	4			4	8
TOTAL	12	36	16	64	38	30	58	86	150

METODOLOGIAS DE ENSINO

Será adoptada a metodologia de Ensino Centrado no Estudante (ECE). O processo de ensino será feito com base nas aulas teóricas, acompanhadas pela exposição e fundamentos práticos, realização de exercícios e de ensaios a fim de consolidar os aspectos tratados teoricamente. Ao longo das aulas.

ESTRATÉGIAS DE AVALIAÇÃO

A avaliação será feita com base em testes individuais, trabalhos práticos (TP) em grupos e pela participação do estudante nas aulas.

As condições de acesso e aprovação ao exame são estabelecidas pelo Regulamento Pedagógico da UEM em vigor.

LITERATURA BÁSICA

1. Burke R. (2006). Small Business entrepreneur .Rory Burke... Everest Chiana

2. Goossen R. (2007). Entrepreneurial Excellence. Profit the best Ideas of experts. Career Press
3. Hisrich, Robert D. (2009). Empreendedorismo, 7ª ed, Porto Alegre: Bookman.
4. Niewenhuizen C. (2007). Basics of Entrepreneurship. JUTA. RSA
5. Niewenhuizen C. (2007). Business Management for Entrepreneurs. JUTAA:
6. Porter, M. (2004). Estratégia Competitiva: Técnicas para Análise da Indústria e da Concorrência, 7ª ed, São Paulo: Campus.

AT = Aulas teóricas; AP/LAB = Aula prática ou laboratorial; S = Seminários; CD = Total de horas de contacto directo; L = Uso de literatura; G = trabalhos de grupo P = Elaboração de projectos; EI = Total horas de estudo independente; T = soma das horas de contacto directo e de estudo independente

DISCIPLINA: TECNICAS DE NEGOCIAÇÃO				CÓDIGO: TECNOG					
ANO DE ESTUDOS: 3º		HORAS DE CONTACTO: 64				CRÉDITOS: 5			
		HORAS DE ESTUDO INDEPENDENTE: 86							

INTRODUÇÃO:

A negociação é um elemento essencial para o sucesso empresarial, sobretudo no campo comercial. Por isso a disciplina de Técnica de Negociação aparece para dotar os estudantes de conhecimentos que os permitam estar preparados para a vida prática no campo de negócios.

METODOLOGIA DE ENSINO

A transmissão do conhecimento será feita através de Aulas Teóricas e Práticas caracterizadas pela exposição e fundamentos teóricos acompanhado de aulas práticas, estas evidenciadas pela realização de exercícios e de ensaios práticos a fim de consolidar os aspectos tratados teoricamente. Ao longo das aulas será desenvolvida uma Abordagem Participativa centrada no estudante, de forma a criar-se um ambiente de aprendizagem dinâmico.

Aulas práticas serão facilitadas com alguma antecedência.

Encorajar-se-à a resolução de aulas práticas.

ESTRATÉGIA DE AVALIAÇÃO

A *média de frequência* (MF) será calculada pela *média aritmética* simples das notas dos dois testes ponderada pela nota do trabalho prático (incluindo mini testes).

Assim, a média de frequência (MF) será calculada como:

As condições de acesso e aprovação ao exame são estabelecidas pelo Regulamento Pedagógico da UEM em vigor. O exame consistirá de uma *prova escrita*.

RESULTADOS DE APRENDIZAGEM:

No fim desta disciplina, os estudantes devem ser capazes de:

- Identificar e compreender a situação de conflito
- Saber diagnosticar e analisar o conflito.
- Saber seleccionar as melhores abordagens para lidar com a situação do conflito
- Assumir o conflito como estímulo da negociação
- Dominar as estratégias e técnicas da negociação.

TEMAS	Contacto Directo				Estudo Independente				T
	AT	AP/LA B	S	CD	L	G	P	EI	
	Teorias e conceitos do conflito e negociação.	6	2	4	12	8	2		
Funções e tipos de conflitos Gestão efectiva do conflito.	2	6	2	10	10	2	4	16	26
Abordagens e análise do conflito.	2	2	8	12	4	2	4	10	22
A filosofia da negociação. Mitos da negocicacao Habilidades da negociacao	2	2	8	12	8	2	2	14	26
Preparação da negociação.	8	2		10	10	8	2	20	30
Desenvolvimento da negociação Implementação da negociação	4	4		8	4	2	10	16	24

TOTAL	24	18	22	64	44	18	22	86	150
-------	----	----	----	----	----	----	----	----	-----

BIBLIOGRAFIA BÁSICA

1. Fisher, Roger and Brown S. (1989). *Getting Together; Building relationship as we negotiate*. Pinguin Books
2. Ross, G. (2006). *Trump Style Negotiation. Powerful Strategies and Tactics for Mastering Every Deal*. Wiley. USA.
3. Spoelstra M. & Pienaar W. (2003). *Negotiation. Theories, Strategies & Skills*. JUTA . Second Edition
4. Fundação Calouste Gulbenkhan, (2006), *Negociação, Manual 10, Curso de Microcrédito*, Audax e Formedia. Portugal.
5. Manjate, Joaquim Marcos, (2010), *Saber Negociar, As dez partes da negociação*, Diname, Maputo.
6. Suskind, L & Field, L . *Dealing with Angry public. The Mutual Gain Approach to Resolve Disputes*. FP. USA
7. Thompson, Leigh L. (2009). *O Negociador 3ª Edição*, São Paulo, Pearson Prentice Hall

AT = Aulas teóricas; AP/LAB = Aula prática ou laboratorial; S = Seminários; CD = Total de horas de contacto directo; L = Uso de literatura; G = trabalhos de grupo P = Elaboração de projectos; EI = Total horas de estudo independente; T = soma das horas de contacto directo e de estudo independente

DISCIPLINA: DIREITO EMPRESARIAL					CÓDIGO: DIREMP				
ANO DE ESTUDOS: 3º		HORAS DE CONTACTO: 48			CRÉDITOS: 4				
		HORAS DE ESTUDO INDEPENDENTE: 72							
INTRODUÇÃO:									
<p>A presente disciplina, relativamente às tradicionais de Direito, é das mais recentes, tendo surgido como de maior abrangência em relação ao Direito Comercial que regula de forma particular os actos do comércio ou seja do comerciante. Nela se encontram incorporadas as áreas com as quais o empresário se lida no seu quotidiano, daí estarmos diante duma disciplina que apela constantemente para o conteúdo de outras, tais como: o próprio Direito Comercial, Direito do Trabalho, Direito dos Registos e Notariado, Direito Económico, Direito das Obrigações e dos Contratos. Podemos por isso dizer que o Direito Empresarial é o conjunto de princípios, normas e disciplinas jurídicas ligadas a actividade empresarial.</p>									
RESULTADOS DE APRENDIZAGEM:									
No fim do semestre, os estudantes devem ser capazes de:									
<ul style="list-style-type: none"> • Compreender o Direito Empresarial como um ramo importante na área empresarial; • Interpretar as leis que regem a actividade empresarial; • Aplicar de forma eficaz as normas que regem as empresas no ordenamento moçambicano; • Conhecer os procedimentos e as exigências legais dos titulares de empresas; • Conhecer os diferentes tipos de empresas; • Aconselhar terceiros na escolha do tipo de empresa a criar. 									
TEMAS	Contacto Directo				Estudo Independente				
	AT	AP/L AB	S	CD	L	G	P	EI	T
Introdução ao Direito e Ramos	10	8		18	8	4	4	16	34
Contratos de trabalho	6	2		8	4	6	2	12	20
Constituição licenciamento e funcionamento de empresas	8	4		12	4		4	8	20
Principal legislação económica de Moçambique	2		4	10	2	6	6	14	24
Isenções e benefícios fiscais									
Os Direitos da Propriedade Industrial	2	2		4	6	8	4	18	22
Caso de Moçambique em especial									
TOTAL	28	16	4	48	24	28	4	72	150
METODOLOGIA DE ENSINO									
<p>Será privilegiado o método de estudo centrado no estudante, aulas expositivas e interactivas com uma componente teórico – prática.</p> <p>As aulas teóricas incidirão sobre os aspectos candentes de cada tópico, cabendo aos estudantes com base na bibliografia recomendada fazerem o necessário aprofundamento.</p> <p>As aulas práticas serão dadas na base de exercícios práticas com hipóteses meramente académicas de modo a que os estudantes possam aprimorar os conhecimentos adquiridos nas aulas teóricas. Em suma, dada a natureza da disciplina será usado o método qualitativo.</p>									
ESTRATÉGIA DE AVALIAÇÃO									
<p>Ao longo do semestre serão realizadas duas avaliações na forma escrita.</p> <p>As condições de acesso e aprovação ao exame são estabelecidas pelo Regulamento Pedagógico da UEM em vigor. O exame consistirá de uma <i>prova escrita</i>.</p>									

BIBLIOGRAFIA

1. Busto, Maria Manuel e Vieira, Iva Carla, (1998). Manual Jurídico da Empresa, 3ª Edição.
2. Correia Pupo, Miguel J.A. (2007). Tomás António José e Paulo Octávio Castelo. Direito Comercial, Direito da Empresa, Lisboa, 10ª Edição, Revista e actualizada. Ediforum. Setembro – Lisboa
3. Cordeiro, António Menezes, (2007). Manual de Direito Comercial. 2ª Edição, Almedina
4. Pereira, Manuel de Sousa Domingues das Neves, (2001). Introdução ao Direito das Obrigações, 2ª Ed.
5. Mota Pinto, Carlos (1988). Teoria Geral do Direito Civil, Coimbra, 3ª edição.
6. Telles, Inocêncio Galvão (1989 e 1990). Introdução ao Estudo de Direito, Vol 1 e 2, 2ª Tiragem. A.A.F, D.L, Lisboa
7. Vasquez, Sérgio, Legislação Económica de Moçambique
8. CONSTITUIÇÃO DA REPÚBLICA DE MOÇAMBIQUE
9. CÓDIGO CIVIL
10. CÓDIGO COMERCIAL
11. COLECTANEA DE LEGISLAÇÃO ECONOMICA

AT = Aulas teóricas; AP/LAB = Aula prática ou laboratorial; S = Seminários; CD = Total de horas de contacto directo; L = Uso de literatura; G = trabalhos de grupo P = Elaboração de projectos; EI = Total horas de estudo independente; T = soma das horas de contacto directo e de estudo independente

DISCIPLINA: ECONOMIA INTERNACIONAL		CÓDIGO: ECONINTER
ANO DE ESTUDOS: 3º	HORAS DE CONTACTO: 64	CRÉDITOS: 6
		HORAS DE ESTUDO INDEPENDENTE: 116

INTRODUÇÃO:

O presente plano analítico refere-se a cadeira de Economia Internacional a ser ministrada no primeiro semestre do terceiro ano de graduação, nos cursos de Comércio, oferecidos pela ESNEC. Esta cadeira pretende dar um desenvolvimento do conhecimento económico numa visão mais geral. Nesta fase se interpretar e usar análises macros da economia. É assim que no final desta cadeira os estudantes terão adquirido conhecimentos para poderem interpretar qualquer situação economia a nível internacional.

RESULTADOS DE APRENDIZAGEM:

No fim desta disciplina, os estudantes devem ser capazes de:

- Perceber alguns modelos básicos que ajudem a interpretar a evolução do comércio internacional e de Moçambique;
- Analisar a estrutura do comércio externo: volumes, composição, fluxo, termos de troca;
- Analisar os instrumentos de política de comércio externo; e
- Calcular indicadores macroeconómicos ligados ao sector externo da Economia.

TEMAS									
	Contacto Directo				Estudo Independente				
	AT	AP/LAB	S	CD	L	G	P	EI	T
Modelos de comércio internacional com base em concorrência perfeita;	6	8		14	4	6		10	24
Novas teorias do comercio internacional	6	4	8	18	8	6	6	20	38
Política commercial	4	6	2	12	8	10	6	24	36
Mercado de câmbios	4	6		10	6	8	4	18	28
Balança de pagamentos.	4	6		10	14	16	14	44	54
Total	24	30	10	64	40	46	30	116	180

METODOLOGIA DE ENSINO:

Para melhor apreensão dos conteúdos desta cadeira, o grupo da mesma adopta a metodologia de ensino centrado no estudante (ECE), onde a transmissão será feita através de aulas teóricas/práticas caracterizadas pela exposição e fundamentos teóricos acompanhado de aulas práticas.

ESTRATÉGIA DE AVALIAÇÃO:

Para efeitos de avaliação serão realizados dois testes escritos e um trabalho em grupo para ser apresentado em seminário. A nota da frequência será uma média ponderada calculada na base do somatório das três notas obtidas em cada um dos testes.

LITERATURA BÁSICA:

1. Mankiw, N. Gregory (2001). Introdução à Economia. Rio de Janeiro: Editora Campus Ltda.
2. Neves, João Luis Cesar das (2001). Introdução à Economia. 6a Edição. Lisboa – São Paulo: Editorial Verbo.
3. Rossetti, José Paschoal (2003). Introdução à Economia. 20ª Edição. São Paulo: Editora Atlas S.A.
4. Samuelson, Paulo A. e William D. Nordhaus (2005). Economia. 18ª Edição. Lisboa: McGraw-Hill.

AT = Aulas teóricas; AP/LAB = Aula prática ou laboratorial; S = Seminários; CD = Total de horas de contacto directo; L = Uso de literatura; G = trabalhos de grupo P = Elaboração de projectos; EI = Total horas de estudo independente; T = soma das horas de contacto directo e de estudo independente

DISCIPLINA: ADMINISTRAÇÃO E TÉCNICAS DE VENDAS		CÓDIGO: ATV
ANO DE ESTUDOS: 3º	HORAS DE CONTACTO: 64	CRÉDITOS: 5
		HORAS DE ESTUDO INDEPENDENTE: 86

INTRODUÇÃO:

O presente plano analítico refere-se a cadeira de administração e técnicas de Vendas a ser ministrada no segundo semestre do terceiro ano de graduação, nos cursos de Comércio.

Esta cadeira pretende dar uma visão geral e introdutória para o estudo da administração e técnicas de vendas, um ramo de grande importância para os graduados em gestão comercial.

RESULTADOS DE APRENDIZAGEM:

No fim desta disciplina, os estudantes devem ser capazes de:

- Reconhecer a posição das vendas num sistema de Marketing;
- Elaborar, implementar e avaliar um plano de Vendas;
- Aplicar os conceitos e técnicas de organização, direcção e desenvolvimento numa força de vendas;
- Conduzir uma auditoria das vendas da empresa;
- Avaliar a eficiência e a eficácia numa equipa de vendas

TEMAS									
	Contacto Directo				Estudo Independente				
	AT	AP/LAB	S	CD	L	G	P	EI	T
A Venda Integrada no Sistema de Marketing	4	6		10	4	6	4	14	24
O Papel Estratégico da Área de Vendas	6	6		12	6	6	4	16	30
Planeamento de Vendas	4	4		8	4	6	4	14	22
Organização da Força de Vendas	4	4		8	2	4	8	14	22
Direcção da Força de Vendas	2	2	4	8	4	4	6	14	22
Desenvolvimento da Força de Vendas	4		4	8	6	4	4	14	22
Controlo de Desempenho da Equipa de Vendas	2	4	4	10	4	4	2	10	20
Totais	26	26	12	64	30	34	32	86	150

METODOLOGIA DE ENSINO:

Para melhor apreensão dos conteúdos desta cadeira, o grupo da mesma adopta a metodologia de ensino centrado no estudante (ECE), onde a transmissão será feita através de aulas teóricas/práticas caracterizadas pela exposição e fundamentos teóricos acompanhado de aulas práticas.

ESTRATÉGIA DE AVALIAÇÃO:

Para efeitos de avaliação serão realizados dois testes escritos com uma ponderação de 35 % cada e um trabalho em grupo para ser apresentado em seminário, revestindo-se de uma ponderação de 30%. A nota da frequência será uma média ponderada calculada na base do somatório das três notas obtidas em cada um dos testes após ter sido relevada os respectivos factores de ponderação.

LITERATURA BÁSICA:

1. Cobra, Marcos (1994). Administração de Vendas. 4ª Edição. Editora Atlas: São Paulo.
2. Tack, Alfred. (1975). The Secrets of Successful Selling. Vermillion. London.
3. Hinton, J. and Schaeffer, W. (1994). Customer-Focused Quality. Prentice Hall.
4. Cohen, W. (1991). The Practice of Marketing Management. Second Edition. Macmillan. New York.

AT = Aulas teóricas; AP/LAB = Aula prática ou laboratorial; S = Seminários; CD = Total de horas de contacto directo; L = Uso de literatura; G = trabalhos de grupo P = Elaboração de projectos; EI = Total horas de estudo independente; T = soma das horas de contacto directo e de estudo independente

DISCIPLINA: PRÁTICA E SIMULAÇÃO EMPRESARIAL IV					CÓDIGO: PSE IV					
ANO DE ESTUDOS: 2º		HORAS DE CONTACTO: 32			CRÉDITOS: 5					
		HORAS DE ESTUDO INDEPENDENTE: 118								
INTRODUÇÃO:										
<p>Esta cadeira pretende dar uma visão geral, bem como uma compreensão sólida sobre os conceitos ligados à criação das organizações.</p> <p>Os produtos ou serviços criados na disciplina anterior precisam ser dispostos a comercialização no mercado, o que implica também a sua divulgação. Portanto, a PSE IV fornece ao estudante ferramentas cognitivas para desenvolver estratégias de comercialização de produtos/serviços novos, e igualmente estratégias de inserção da empresa no mercado cada vez mais competitivo.</p>										
RESULTADOS DE APRENDIZAGEM:										
<ul style="list-style-type: none"> • Desenvolver a habilidades do estudante identificar mercado para a comercialização dos produtos/serviços por si criados; • Compreender a dinâmica dos mercados de comercialização do género de produto/serviço por si criado. 										
Temas		Contacto Directo				Estudo Independente				
		AT	AP/LAB	S	CD	L	G	P	EI	T
Comercialização		2	10	4	16	22	30	6	58	74
Estratégias de comercialização										
Avaliação do produto/serviço no mercado		2	10	4	16	12	30	4	46	62
Avaliação do projecto (relatório)		0	0	0	0	2	10	2	14	14
TOTAL		4	20	8	32	36	70	12	118	150
Metodologia de Ensino e Aprendizagem										
<p>Para melhor apreensão dos conteúdos desta cadeira, o grupo da mesma adopta a metodologia de Ensino Centrado no Estudante (ECE). É uma metodologia de ensino moderno, que exige muito empenho e dedicação dos estudantes na leitura, reflexão e debate com colegas. Neste método, o docente é um facilitador e mediador dos debates dos estudantes. Esta metodologia orienta e direcciona o estudante nas suas investigações.</p>										
ESTRATÉGIAS DE AVALIAÇÃO										
<p>Para esta cadeira, privilegia-se a avaliação formativa, aquela que é realizada continuamente, por forma a medir o nível de compreensão/apreensão dos conteúdos ministrados. Ela poderá ser feita no final de cada aula ou conteúdo programático. Para o efeito, serão recomendados com frequência “trabalhos de casa”, que deverão ser debatidos em grupos na sala de aulas.</p> <p>Para além da avaliação acima referida, de forma sumativa serão realizadas duas (2) avaliações (ensaios) em grupos e defendidos na sala de aulas. A defesa também será avaliada. Das avaliações será deduzida a média, que ditará a admissão, dispensa ou exclusão do estudante ao exame semestral.</p>										
LITERATURA BÁSICA:										
<ol style="list-style-type: none"> 1. Cobra, Marcos (1994). Administração de Vendas. 4ª Edição. Editora Atlas: São Paulo. 2. Tack, Alfred (1975). The Secrets of Successful Selling. Vermillion. London. 3. Hinton, J. and Schaeffer, W. (1994). Customer-Focused Quality. Prentice Hall. 4. Cohen, W. (1991). The Practice of Marketing Management. Second Edition. Macmillan. New York.; 										

AT = Aulas teóricas; AP/LAB = Aula prática ou laboratorial; S = Seminários; CD = Total de horas de contacto directo; L = Uso de literatura; G = trabalhos de grupo P = Elaboração de projectos; EI = Total horas de estudo

independente; T = soma das horas de contacto directo e de estudo independente

DISCIPLINA: EMPREENDEDORISMO II		CÓDIGO: EMPREED II
ANO DE ESTUDOS: 3º	HORAS DE CONTACTO: 64 HORAS DE ESTUDO INDEPENDENTE: 86	CRÉDITOS: 5

INTRODUÇÃO

A cadeira de Empreendedorismo II foi concebida para proporcionar conhecimentos e capacidades de análise interpretação de acontecimentos ligados ao sector de negócios aproveitá-los para tomada de decisões empreendedoras através da sua respectiva exploração. Ela cadeira representa a fase mais avançada do estudo de empreendedorismo onde os conteúdos são abordados de forma prática com recurso ao método do trabalho de campo.

Os estudantes serão confrontados com trabalhos de campo que incidem sobre matérias de negócios das áreas específicas em que são formados, de tal forma que possam pôr em prática o conjunto de conhecimentos adquiridos em cadeiras afins precedentes.

RESULTADO DA APRENDIZAGEM

No fim desta disciplina, os estudantes devem ser capazes de:

- Demonstrar uma atitude positiva acerca do seu talento, habilidades e conhecimento;
- Conhecer as tendências do empreendedorismo no sector em que são formados.
- Demonstrar e aplicar a criatividade e postura prática análise e implementação de ideias de negócio.
- Gerir numa forma empreendedora as funções organizacionais tais como finanças, marketing, operações, aprovisionamento e recursos humanos.

TEMAS	Contacto Directo				Estudo Independente				
	AT	AP/LA B	S	CD	L	G	P	EI	T
	Conceitos básicos de negócio na perspectiva de empreendedorismoas:	2			2	4	8	12	24
Identificação e análise de Oportunidades de Negócios	6	6	2	14	4	12		16	30
Avaliação das necessidades de mercado	6	8	4	18	2	10		12	30
Empreendedorismo e habilidades Empreendedora	2	4	2	8	2	8		10	18
Tendências Sectoriais do Empreendedorismo em Moçambique	4	6		10	4		8	12	22
A gestão empreendedora das áreas funcionais do negócio	4	4	4	12		4	8	12	24
TOTAL	24	28	12	64	16	42	28	86	150

METODOLOGIA

A transmissão de conhecimentos e habilidades será feita através de *Aulas Teóricas e práticas*, a decorrem em paralelo com a elaboração de um trabalho sobre o ambiente de negócios para Pequenas e Médias Empresas em Moçambique (trabalho em grupo), que será apresentado periodicamente para verificação da qualidade recomendada e a realização de *exercícios práticos* a fim de consolidar alguns aspectos tratados nas aulas teóricas. Ao longo do curso será desenvolvida uma *abordagem participativa*, de forma a criar-se um ambiente agradável, susceptível de evidenciar o dinamismo individual. Por isso, os

estudantes estão convidados a emitir as suas opiniões ou testemunhar com conhecimentos científicos sobre qualquer tópico em abordagem.

Sempre que possível o docente facultará as aulas práticas com alguma antecedência.

Para as aulas práticas será exigido que os estudantes tragam os exercícios práticos já resolvidos.

AVALIAÇÃO

Para efeitos de avaliação serão realizados testes escritos, trabalhos em grupo e individuais.

As condições de acesso e aprovação ao exame são estabelecidas pelo Regulamento Pedagógico da UEM em vigor. O exame consistirá de uma *prova escrita*.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA RECOMENDADA

1. Chiavenato, Idalberto (2007). Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor. 2ª Ed, e revisão atualizada. São Paulo: Saralve.
2. Hisrich, Robert D. (2009). Empreendedorismo. 7 Ed.- Porto Alegre: Bookman.
3. Drucker, Peter Ferdinand. (2008). Inovacao e espírito empreendedor (prática e princípios) . 1ª Ed. Tradução de Carlos Malferrari. São Paulo: Cengage Learning.
4. Degen, Ronald Jean. (2009). O empreendedor: empreender como opção de carreira. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.
5. Sarkar, Soumodip. (2010). Empreendedorismo e Inovação. 2ªed.- Lisboa: Escolar Editora.
6. Baron, Robert A. (2007). Empreendedorismo: uma visão do processo. São Paulo: Thomson Learning.
7. Burke, Rory. (2006). Small business: entrepreneur. UAS. Smic mba Series, 2006.

AT = Aulas teóricas; AP/LAB = Aula prática ou laboratorial; S = Seminários; CD = Total de horas de contacto directo; L = Uso de literatura; G = trabalhos de grupo P = Elaboração de projectos; EI = Total horas de estudo independente; T = soma das horas de contacto directo e de estudo independente

DISCIPLINA : TÉCNICAS DE COMÉRCIO INTERNACIONAL					CÓDIGO: TCI				
ANO DE ESTUDOS:3º		HORAS DE CONTACTO: 64			CRÉDITOS: 5				
		HORAS DE ESTUDO INDEPENDENTE: 86							
INTRODUÇÃO:									
<p>Esta cadeira surge como complementar à cadeira de Economia Internacional leccionada no semestre anterior. Conforme vimos na cadeira de Economia Internacional, o contexto actual da(s) economia(s) é caracterizada por uma crescente tendência de interdependência global, daí que políticas económicas nacionais não podem ser formuladas num ambiente desconectado da economia mundial.</p> <p>A cadeira de Técnicas de Comércio Internacional abordará questões práticas inerentes ao desenvolvimento do Comércio Internacional procurando dotar o estudante em ferramentas que garantam a compreensão, análise e interpretação de como os diversos agentes económicos internacionais interagem nas suas estratégias de uso racional de recursos escassos e limitados.</p>									
RESULTADOS DE APRENDIZAGEM:									
<p>No fim desta disciplina, os estudantes devem ser capazes de:</p> <p>Analisar os diferentes mercados e decisões relativamente à exportação; com base nos conhecimentos adquiridos na disciplina sobre as características comerciais, com mercados estrangeiros e sobre os processos normativos e de transporte no âmbito da exportação.</p>									
TEMAS	Contacto Directo				Estudo Independente				
	AT	AP/LAB	S	CD	L	G	P	EI	T
	O mercado externo	8	4	0	12	10	0	0	10
As normas gerais do mercado das exportações	10	4	0	14	12	8	0	20	34
Formas de transporte, condições;	8	6	0	12	10	10	0	20	32
Diferentes sectores de exportação e suas características	10	6	0	14	8	6	0	14	28
Vantagens comparativas de Moçambique nos mercados de exportação	8	4	8	20	12	4	6	24	34
Total	32	24	8	64	52	28		86	150
METODOLOGIA DE ENSINO									
<p>A transmissão de conhecimentos e habilidades será feita através de <i>Aulas Teóricas e práticas</i>, a decorrer em paralelo com a elaboração de um plano de negócios (trabalho em grupo), que será apresentado periodicamente para verificação da qualidade recomendada e a realização de <i>exercícios práticos</i> a fim de consolidar alguns aspectos tratados nas aulas teóricas. Ao longo do curso será desenvolvida uma <i>abordagem participativa</i>, de forma a criar-se um ambiente agradável, susceptível de evidenciar o dinamismo individual. Por isso, os estudantes estão convidados a emitir as suas opiniões ou testemunhar com conhecimentos científicos sobre qualquer tópico em abordagem. Para as aulas práticas será exigido que os estudantes tragam os exercícios práticos já resolvidos.</p>									
AVALIAÇÃO									
<p>A <i>média de frequência (MF)</i> será calculada pela <i>média ponderada dos testes escritos (I e II)</i> e trabalhos práticos efectuados pelo estudante.</p> <p>As condições de acesso e aprovação ao exame são estabelecidas pelo Regulamento Pedagógico da UEM em vigor. O exame será por <i>escrito</i>.</p>									

LITERATURA BÁSICA:

1. Branson, William: (1979). "Macroeconomics: Theory and Policy"; Harper and Row, Publishers Inc. New York, 2th Edition, 1979;
2. Carbaugh, Robert. J. (2004). "Economia Internacional"; Pioneira Thomson Learning.
3. Castel-Branco, C. N.(2010). "Desafios para Moçambique em 2010"; IESE.
4. Guillochon, Bernard. (1993). "Economia Internacional"; Planeta Editora Lda.
5. John Williamson (1989). Economia Aberta e a Economia Mundial. 2ª edição. Editora Campus
6. Krugman Paul e Obstfield Maurice (1999). "Economia Internacional"; Makron Books, 4ª Edição.
7. Namburete, Salvador.(2002). "Economia Internacional"; Centro dos Estudos Estratégicos e Internacionais (CEEI-ISRI).
8. Richard, Caves, Jeffrey Frankel e Ronald Jones (1999). World Trade and Payments: An Introduction. 8th Edition. Addison-Wesley.
9. Salvatore, Dominick (2000) "Economia Internacional"; LTC Editora, 6º Edição.

AT = Aulas teóricas; AP/LAB = Aula prática ou laboratorial; S = Seminários; CD = Total de horas de contacto directo; L = Uso de literatura; G = trabalhos de grupo P = Elaboração de projectos; EI = Total horas de estudo independente; T = soma das horas de contacto directo e de estudo independente

DISCIPLINA: MARKETING DE SERVIÇOS		CÓDIGO: MARKSERV
ANO DE ESTUDOS: 3º	HORAS DE CONTACTO DIRECTO: 64	CRÉDITOS: 6
		HORAS DE ESTUDO INDEPENDENTE: 116

INTRODUÇÃO:

O conteúdo do presente plano analítico pretende oferecer aos discentes de Licenciatura em Comércio uma visão ampla da área de Estratégia Empresarial, levantando aspectos pontuais à formação de gestores com aptidões e capacidades requeridas nos profissionais de organizações complexas, assim como de pequenas e médias empresas, perante o ambiente de negócios competitivo e mutável do século XXI, destacando alguns aspectos determinantes à sobrevivência de novas organizações.

RESULTADOS DE APRENDIZAGEM:

No fim desta disciplina, os estudantes devem ser capazes de:

- Compreender os conceitos básicos e importância de Marketing de Serviços e aplicá-los à organização;
- Compreender as características de Serviços;
- Perceber os princípios da Satisfação do Cliente e aplicá-los à organização;
- Identificar as forças macro-ambientais e sua influência na organização;
- Compreender o método de aferir a Qualidade de Serviços;
- Aplicar o modelo Gap para a Qualidade de Serviços;
- Dominar os 7 Ps do Marketing e compreender como eles interagem no Mercado; e
- Compreender a importância do Mix de Serviços;

TEMAS									
	Contacto Directo				Estudo Independente				
	AT	AP/LA B	S	CD	L	G	P	EI	T
Compreendendo serviços, consumidores e mercado	6	4	4	14	14	6	12	32	46
Principais elementos do marketing de serviços	8	4	4	16	4	16	8	28	44
A gestão do processo de entrega do serviço	8	4	4	16	14	6	4	24	40
Implementação do marketing de serviço	10	4	4	18	4	16	6	26	44
A gestão da cultura de serviço	8	4	4	16	14	10	18	42	58
Total	24	20	20	64	34	34	48	116	180

METODOLOGIA DE ENSINO

Para melhor compreensão dos conteúdos desta cadeira, o docente da disciplina adota a metodologia de Ensino Centrado no Estudante (ECE). O processo de ensino será feito com base em aulas teóricas e práticas, caracterizadas pela exposição e fundamentos teóricos acompanhado de aulas práticas, estas evidenciadas pela realização de exercícios e de ensaios práticos/seminários a fim de consolidar os aspectos tratados teoricamente. Ao longo das aulas será desenvolvida uma abordagem participativa centrada no estudante, de forma a criar-se um ambiente de aprendizagem dinâmico.

ESTRATÉGIAS DE AVALIAÇÃO

A avaliação será feita com base em testes escritos, trabalhos em grupos e pela participação do estudante nas aulas.

As condições de acesso e aprovação ao exame são estabelecidas pelo Regulamento Pedagógico da UEM em vigor. O exame consistirá de uma *prova escrita*.

LITERATURA BÁSICA:

1. Carl, McDaniel & Roger, Gates. (2003). Pesquisa de Marketing. Thomson. São Paulo.
2. Cobra, M.(1991). Marketing Básico, São Paulo: Atlas.
3. Kotler, Philip. (2000). Administração de Marketing. São Paulo. Prentice Hall. 10ª Edição
4. Kotler, Philip & Armstrong, Gary. (2003). Princípios de Marketing. São Paulo. Prentice Hall. 9ª Edição

AT = Aulas teóricas; AP/LAB = Aula prática ou laboratorial; S = Seminários; CD = Total de horas de contacto directo; L = Uso de literatura; G = trabalhos de grupo P = Elaboração de projectos; EI = Total horas de estudo independente; T = soma das horas de contacto directo e de estudo independente

DISCIPLINA: GESTÃO FINANCEIRA				CÓDIGO: GESFIN I					
ANO DE ESTUDOS: 3º		HORAS DE CONTACTO: 64				CRÉDITOS: 5			
		HORAS DE ESTUDO INDEPENDENTE: 86							

INTRODUÇÃO:

A disciplina de Gestão Financeira destina-se a dotar os estudantes de instrumentos essenciais para a gestão financeira de empresas e novos projectos será também objectivo desta, proporcionar aos estudantes uma compreensão clara sobre como obter os recursos financeiros que qualquer empresa necessita, sua aplicação sua eficiência tendo em conta o conceito de valor do dinheiro no tempo e outros riscos económico-financeiro que afectam a gestão das empresas.

RESULTADOS DE APRENDIZAGEM:

No fim desta disciplina, os estudantes devem ser capazes de:

- Aplicar os conceitos principais de finanças empresariais para modelar problemas económicos;
- Compreender o funcionamento dos mercados financeiros e os produtos que eles oferecem para o financiamento das empresas;
- Avaliar as alternativas de investimentos e identificar as fontes de financiamento para o financiamento

TEMAS									
	Contacto Directo				Estudo Independente				
	AT	AP/LAB	S	CD	L	G	P	EI	T
A Função Financeira	4	6	0	10	12		0	12	22
Mercados Financeiros e Taxas de Juro	6	6	0	12	4	8	0	12	24
O Valor do Dinheiro no Tempo	4	4	0	8	2	8	0	10	18
Noções Sobre Modelos de Valoração Títulos	6	6	0	12	4	8	0	12	24
Risco e Taxa de Retorno	4	6	0	10	4	8	0	12	22
O Custo de Capital	4	2	0	6	10	10		10	20
O Planeamento e Controle Financeiro; a Previsão Financeira	2	4	0	6	4	8	8	16	20
Total	30	34	0	64	40	40	6	86	150

METODOLOGIA DE ENSINO

Os conteúdos da disciplina serão desenvolvidos através de aulas expositivas, usando os instrumentos pedagógicos recomendados – quadro, retroprojector, esquemas em papel ou cartazes.

Serão usadas simulações pedagógicas como metodologia fundamental.

As aulas devem ter uma componente substancialmente técnico-prática. Após cada exposição será aplicada pequenos exemplos ilustrativos, e convidados os estudantes a resolver outros semelhantes fora das aulas para discutir e conferir com os docentes (colectivamente).

As aulas práticas consistirão na resolução e correcção de fichas de exercícios previamente elaboradas pelos docentes. Poderão ser formados pequenos grupos de estudantes e propor-lhes a resolução de “estudo de casos” ou de exercícios práticos abrangentes, reunindo os conteúdos ministrados.

ESTRATÉGIAS DE AVALIAÇÃO

A avaliação é um processo contínuo. No entanto, serão elaborados dois testes complementados por um trabalho prático individual a ser feito fora da aula, e um exame final.

As condições de acesso e aprovação ao exame são estabelecidas pelo Regulamento Pedagógico da UEM em vigor. O exame consistirá de uma prova escrita.

LITERATURA BÁSICA:

1. Brealey, Richard A.; Myers, Stewart C. (1998). Princípios de Finanças Empresariais, 5ª edição, McGrawHill, Portugal.
2. Weston, Fred J.; Copeland, T. (1988). Managerial Finance, HRW International ditions, The Dryden Press, EUA.
3. Menezes, H.C. (1995). Princípios de Gestão Financeira, Editorial Presença, Lisboa.
4. Gitman, Lawrence J. (1988). Principles of Managerial Finance, Harper & Row, Publishers, New York

AT = Aulas teóricas; AP/LAB = Aula prática ou laboratorial; S = Seminários; CD = Total de horas de contacto directo; L = Uso de literatura; G = trabalhos de grupo P = Elaboração de projectos; EI = Total horas de estudo independente; T = soma das horas de contacto directo e de estudo independente

DISCIPLINA: FISCALIDADE		CÓDIGO: FISC.
ANO DE ESTUDOS: 3º	HORAS DE CONTACTO: 48	CRÉDITOS: 4
	HORAS DE ESTUDO INDEPENDENTE: 72	

INTRODUÇÃO:

A disciplina de disciplina de Fiscalidade é também designada por Direito Fiscal. O conjunto de normas jurídicas que regulam as relações entre as entidades que colectam o imposto e os contribuintes (relação jurídico – fiscal). É uma das disciplinas tradicionais da ciência jurídica com assinalável impacto na vida das sociedades modernas ou Estado de Direito. Posiciona-se no ramo do Direito Público porquanto, o Estado como sujeito activo da relação jurídico – fiscal, cria com uma reduzida margem de negociação as suas normas, e na implementação dessas normas, o Estado actua sempre investido de plenos poderes.

As matérias de Direito apreendidas na disciplina de Direito Empresarial vão sem dúvidas também servir para o estudo desta disciplina. De salientar que a Fiscalidade entra no âmbito do Direito Empresarial.

A Fiscalidade debruça acerca dos meios, procedimentos através dos quais o Estado como sujeito activo da relação jurídica – fiscal, procede a colecta de impostos aos sujeitos passivos para a prossecução dos seus fins.

RESULTADOS DE APRENDIZAGEM:

No fim do semestre, os estudantes devem ser capazes de:

- Compreender a Fiscalidade como parte da ordem jurídica e como tal da sociedade, através da constituição dos seus elementos pertinentes;
- Identificar a ordem jurídica – fiscal, classificações e fontes;
- Interpretar as leis que regem a actividade fiscal;
- Aplicar as principais obrigações das empresas no âmbito da sua actividade;
- Conhecer os procedimentos e as exigências legais do sujeito passivo e os seus benefícios;
- Conhecer as normas e princípios da Fiscalidade;
- Conhecer as diferentes categorias de impostos vigentes;
- Conhecer e aplicar a legislação atinente a Fiscalidade.

TEMAS	Contacto Directo				Estudo Independente				T
	AT	AP/L AB	S	CD	L	G	P	EI	
	O Fenómeno Financeiro	4			8	4	8		
O Direito Fiscal	8	6		18	4	10	10	4	22
Sistemas Fiscais e Impacto do Imposto na Economia	4	4		12	6	4	4	14	26
O imposto	10	8		22	2	6	4	12	34
O orçamento do Estado	2	2		4	6	4	4	14	18
TOTAL	28	20		48	22	32	22	72	120

BIBLIOGRAFIA RECOMENDADA

1. Ibrahimo, Ibrahimo, (2002) O Direito e a Fiscalidade, 1ª Edição, Maputo, Art C.
2. Nabais, José Casalta, (2011) Direito Fiscal, 6ª Edição, Coimbra, Almedina
3. Tavares, A., (1982). Curso de Fiscalidade da Empresa, Lisboa, Clássica Editora
4. Teixeira, A. (1990). Princípios de Direito Fiscal, 3ª Edição. Coimbra, Almedina
5. Waty, Teodoro Andrade (2002). Introdução ao Estudo do Direito Fiscal, 1ª Edição, Maputo, W& W Editora.
6. Martinez, Pedro Soares (2003). Direito Fiscal, 10ª ed., reimp, Coimbra, Amedina.

7. Constituição da República de Moçambique - 2004

8. Colectânea de Legislação Fiscal

AT = Aulas teóricas; AP/LAB = Aula prática ou laboratorial; S = Seminários; CD = Total de horas de contacto directo; L = Uso de literatura; G = trabalhos de grupo P = Elaboração de projectos; EI = Total horas de estudo independente; T = soma das horas de contacto directo e de estudo independente

DISCIPLINA: PRÁTICA E SIMULAÇÃO EMPRESARIAL V				CÓDIGO: PSE V					
ANO DE ESTUDOS: 3º		HORAS DE CONTACTO: 32				CRÉDITOS: 5			
		HORAS DE ESTUDO INDEPENDENTE: 118							

INTRODUÇÃO:

O presente plano analítico refere-se a cadeira de Prática e Simulação Empresarial 5 ministrada no primeiro semestre do terceiro ano de graduação, nos cursos de Finanças, Comércio, Agro-Negócios e Gestão & Liderança oferecidos pela ESNEC. É uma cadeira de tronco comum para todos os cursos acima referidos.

Esta cadeira pretende dar uma visão geral, bem como uma compreensão sólida sobre os conceitos ligados à criação das organizações.

A PSE V é o módulo no qual os estudantes conhecem o processo de formalização de empresas à luz do direito moçambicano e as suas obrigações. Permite que estes possam assistir e apoiar a formalização de micro, pequenas e médias empresas que actuam no mercado moçambicano.

METODOLOGIA DE ENSINO

Para melhor apreensão dos conteúdos desta cadeira, o grupo da mesma adopta a metodologia de Ensino Centrado no Estudante (ECE). É uma metodologia de ensino moderno, que exige muito empenho e dedicação dos estudantes na leitura, reflexão e debate com colegas. Neste método, o docente é um facilitador e mediador dos debates dos estudantes. Esta metodologia orienta e direcciona o estudante nas suas investigações.

ESTRATÉGIAS DE AVALIAÇÃO

Para esta cadeira, privilegia-se a avaliação formativa, aquela que é realizada continuamente, por forma a medir o nível de compreensão/apreensão dos conteúdos ministrados. Ela poderá ser feita no final de cada aula ou conteúdo programático. Para o efeito, serão recomendados com frequência “trabalhos de casa”, que deverão ser debatidos em grupos na sala de aulas.

Para além da avaliação acima referida, de forma sumativa serão realizadas duas (2) avaliações (ensaios) em grupos e defendidos na sala de aulas. A defesa também será avaliada. Das avaliações será deduzida a média, que ditará a admissão, dispensa ou exclusão do estudante ao exame semestral.

RESULTADOS DE APRENDIZAGEM:

- Compreender as formalidades legais para a criação de uma empresa em Moçambique;
- Estruturar a empresa e estabelecer as bases para o seu funcionamento.

TEMAS	Contacto Directo				Estudo Independente				T
	AT	AP/LAB	S	CD	L	G	P	EI	
Processo de formalização de uma empresa em Moçambique	2	10	4	16	22	30	6	58	74
Enquadramento fiscal e obrigações da empresa.	2	10	4	16	12	30	4	46	62
RELATORIO FINAL	0	0	0	0	2	10	2	14	14
TOTAL	4	20	8	32	36	70	12	118	150

LITERATURA BÁSICA:

1. Ellis, Stephen & Fauré, Ives (orgs) (2000). Empresas e Empresários Africanos, Lisboa, Vulgata.

2. International Labor Organization (ILO). (2005). General Conditions to stimulate job creation in small and medium sized enterprises.
3. Micro 2001 (1995). Expandiendo las oportunidades economicas atraves del desarrollo empresarial–lineamentos del programa para consulta con los socios de BID, Noviembre.
4. Nowak, Maria,(1989) The role of microenterprises in rural industrialization in Africa in: Microenterprises in developing countries, Intermediate Technology Publications, pp. 57-74
5. CÓDIGO COMERCIAL;
6. Decreto-Lei n.º 1/2006, de 3 de Maio de2006;
7. DECRETO nº 49/2004, de 17 de Novembro, que aprova o Regulamento de Licenciamento de Actividade Comercial
- 8.

AT = Aulas teóricas; AP/LAB = Aula prática ou laboratorial; S = Seminários; CD = Total de horas de contacto directo; L = Uso de literatura; G = trabalhos de grupo P = Elaboração de projectos; EI = Total horas de estudo independente; T = soma das horas de contacto directo e de estudo independente

DISCIPLINA: ESTRATÉGIA EMPRESARIAL					CÓDIGO:ESTREMP					
ANO DE ESTUDOS: 4º		HORAS DE CONTACTO DIRECTO: 64			CRÉDITOS: 5					
		HORAS DE ESTUDO INDEPENDENTE: 86								
INTRODUÇÃO: O conteúdo do presente plano analítico pretende oferecer aos discentes de Licenciatura em Comércio uma visão ampla da área de Estratégia Empresarial, levantando aspectos pontuais à formação de gestores com aptidões e capacidades requeridas nos profissionais de organizações complexas, assim como de pequenas e medias empresas ,perante o ambiente de negócios competitivo e mutável do século XXI, destacando alguns aspectos determinantes à sobrevivência de novas organizações.										
RESULTADOS DE APRENDIZAGEM: No fim desta disciplina, o estudante deve ser capaz de: <ul style="list-style-type: none"> • Descrever o processo de gestão e explicar os conceitos de estratégia, decisões estratégicas e alternativas estratégicas nos diferentes contextos da gestão das organizações; • Discutir os vários elementos ambientais em que se insere a organização e aplicar técnicas de análise que permitam uma avaliação da posição de vantagem competitiva da organização no ambiente em que opera; • Contrastar os diferentes níveis de gestão estratégica com os diferentes níveis de gestão operacional e áreas de competência; • Identificar e explicar as principais dimensões organizacionais na formulação e implementação de uma estratégia adequada ao tipo de organização, ambiente de negócios em que opera e sua posição de vantagem competitiva. 										
TEMAS		Contacto Directo				Estudo Independente				
		AT	AP/LA B	S	CD	L	G	P	EI	T
Processo de Gestão Estratégica. Accionistas e a Missão da Corporação		4	2		6	4	6	2	12	18
Análise Externa: A Identificação de Oportunidades e Ameaças de uma Indústria		6	4		10	4	6	4	14	24
Análise Interna: Recursos, Capacidades, Competências e Vantagem Competitiva		6	4		10	4	6	6	16	26
Construção de Vantagem Competitiva através de Estratégia de Nível Funcional		8	4		12	4	6	4	14	26
Estratégia de Nível de Negócio. Estratégia Competitiva e o Ambiente da Indústria		6	4		10	4	6	2	12	22
Estratégia no Ambiente Global. Estratégia da Corporação – Integração Vertical, Diversificação e Alianças Estratégicas		8	4		12	4	8	2	14	26
Avaliações			4		4		4		4	8
Total		38	26		64	24	42	20	86	150
METODOLOGIA DE ENSINO Para melhor compreensão dos conteúdos desta cadeira, o docente da disciplina adopta a metodologia de Ensino Centrado no Estudante (ECE). O processo de ensino será feito com base em aulas teóricas e										

práticas, caracterizadas pela exposição e fundamentos teóricos acompanhado de aulas práticas, estas evidenciadas pela realização de exercícios e de ensaios práticos/seminários a fim de consolidar os aspectos tratados teoricamente. Ao longo das aulas será desenvolvida uma abordagem participativa centrada no estudante, de forma a criar-se um ambiente de aprendizagem dinâmico.

ESTRATÉGIAS DE AVALIAÇÃO

A avaliação será feita com base em testes escritos, trabalhos em grupos e pela participação do estudante nas aulas.

As condições de acesso e aprovação ao exame são estabelecidas pelo Regulamento Pedagógico da UEM em vigor. O exame consistirá de uma *prova escrita*.

LITERATURA BÁSICA:

1. Freire, A.(1997). *Estratégia – Sucesso em Portugal*, editorial verbo, Lisboa, Portugal.
2. Hill C. and Jones G. (1998). *Strategic Management – An Analytical Approach*. 4º Ed., Boston Houghton Mifflin, USA
3. Johnson, G. and Scholes, K. (1997). *Exploring Corporate Strategy*. 4º Ed., Prentice Hall. New Jersey.
4. Mintzberg, H. (2003). *The Strategic Process – Concepts Contexts Cases*. Global 4º Ed. Prentice Hall, New Jersey.
5. Porter, M. (1986). *Estratégia Competitiva – Técnicas para Análise de Indústrias e da Concorrência*. 17ª Ed. Editora Campus. S. Paulo

AT = Aulas teóricas; AP/LAB = Aula prática ou laboratorial; S = Seminários; CD = Total de horas de contacto directo; L = Uso de literatura; G = trabalhos de grupo P = Elaboração de projectos; EI = Total horas de estudo independente; T = soma das horas de contacto directo e de estudo independente

DISCIPLINA: ANÁLISE E GESTÃO DE PROJECTOS		CÓDIGO: AGP
ANO DE ESTUDOS: 4º	HORAS DE CONTACTO: 64	CRÉDITOS: 7
HORAS DE ESTUDO INDEPENDENTE: 146		

INTRODUÇÃO:

A cadeira de Análise e Gestão de Projectos visa capacitar os estudantes com ferramentas para saber identificar, elaborar e gerir negócios, para que este adquira o espírito de empreendedorismo, transmitindo-lhe os conhecimentos e as habilidades (teórico-prático) para a criação, avaliação, manutenção e sustentação de postos de auto-emprego., assim como compreender os métodos de gestão e monitoria de projectos de investimentos.

A escassez de recursos (financeiros, humanos, materiais, entre outros) não obstante as necessidades ilimitadas, faz com que haja uma pertinência acentuada no seu uso racional. Estes recursos podem ser usados no momento presente ou ainda aplicados em investimentos por forma a rentabilizá-los futuramente. É na aplicação presente com vista a rentabilização futura de recursos que reside o objectivo principal desta disciplina.

RESULTADOS DE APRENDIZAGEM:

No fim desta disciplina, os estudantes devem ser capazes de:

- Compreender as principais técnicas usadas na análise e gestão de projectos.
- Perceber como decidir sobre novos empreendimentos empresariais, usando a técnica de análise de custos e benefícios para realizar novos investimentos;
- Entender o ciclo e diferentes aspectos da avaliação dum projecto;
- Perceber a importância da consideração dos aspectos ambientais e culturais na análise de projectos.
- Saber relacionar variáveis e informação para a tomada de decisões empresariais;
- Pesquisar usando técnicas modernas e recurso a internet;
- Análise de dados, informação e aplicação dos resultados na tomada de decisão.

TEMAS									
	Contacto Directo				Estudo Independente				
	AT	AP/LAB	S	CD	L	G	P	EI	T
Fundamentos de Gestão de Projectos	8	4	0	12	16	10	6	32	44
Técnicas de Avaliação de Projectos	6	4	0	10	4	10	10	34	44
Análise de Cash Flows e Decisões de Investimento	8	4	0	12	8	10	8	26	38
Análise dos Custos e Benefícios Económicos e Sociais	6	4	0	10	4	10	12	26	36
Gestão de Projectos	4	4	0	8	4	10		14	22
Meio Ambiente e cultura na viabilidade de projectos	8	4	0	12	8	16		24	36
Total	40	24	0	64	44	60	36	146	210

METODOLOGIA DE ENSINO

A transmissão de conhecimentos e habilidades será feita através de *Aulas Teóricas e práticas*, a decorrem em paralelo com a elaboração de um plano de negócios (trabalho em grupo), que será apresentado periodicamente para verificação da qualidade recomendada e a realização de *exercícios práticos* afim de consolidar alguns aspectos tratados nas aulas teóricas. Ao longo do curso será desenvolvida uma *abordagem participativa*, de forma a criar-se um ambiente agradável, susceptível de evidenciar o dinamismo individual. Por isso, os estudantes estão convidados a emitir as suas opiniões ou testemunhar com conhecimentos científicos sobre qualquer tópico em abordagem.

Sempre que possível o docente facultará as aulas práticas com alguma antecedência.
Para as aulas práticas será exigido que os estudantes tragam os exercícios práticos já resolvidos.

ESTRATÉGIA DE AVALIAÇÃO

A *média de frequência* (MF) será calculada pela *média ponderada dos testes escritos* (I e II) e trabalhos práticos efectuados pelo estudante.

As condições de acesso e aprovação ao exame são estabelecidas pelo Regulamento Pedagógico da UEM em vigor. O exame será por *escrito*.

LITERATURA BÁSICA:

1. Abecassis, F. e Cabral, N. (1991). *Análise Económica e Financeira de Projectos*. Fundação Calouste Gulbenkian, 3ª edição. Lisboa, Portugal.
2. Barros, C. (1994). *Decisões de Investimentos e Financiamento de Projectos*. Edições Sílabo, 3ª edição. Lisboa, Portugal.
3. Marques, A. (1998). *Concepção e Análise de Projectos de Investimento*, Edições Sílabo. Lisboa, Portugal.
4. Chiavenato, I (1982). *Gestão Comercial Agrárias* (7ª Edição). Brasil: Makron.
5. Curry, S and Weiss, J. (1993). *Project Analysis in Developing Countries*. St Martin Press, New York.
6. Gittinger, P. (1997). *Economic Analysis of Agricultural Projects*. Cambridge, University Press, Uk

AT = Aulas teóricas; AP/LAB = Aula prática ou laboratorial; S = Seminários; CD = Total de horas de contacto directo; L = Uso de literatura; G = trabalhos de grupo P = Elaboração de projectos; EI = Total horas de estudo independente; T = soma das horas de contacto directo e de estudo independente

DISCIPLINA: GESTÃO DE SISTEMAS LOGÍSTICOS					CÓDIGO: GESISLO				
ANO DE ESTUDOS: 4º		HORAS DE CONTACTO: 64			CRÉDITOS: 8				
		HORAS DE ESTUDO INDEPENDENTE: 176							
<p>INTRODUÇÃO: O sistema económico é composto pelo fluxo monetário e pelo fluxo de bens e serviços, pelo que qualquer transação só fica completa se depois do fluxo monetário, ocorrer o fluxo de bens ou serviços correspondente. Na presente cadeira, iremos juntos aprofundar os conteúdos aprendidos na cadeira de Gestão de produção e aprovisionamento, mostrando, de forma objectiva o processo de aquisição, transporte e cuidados a ter aquando da aquisição de, bens, bem como a melhor forma de acomodar esses suprimentos. Iremos também mostrar quais são as possibilidades que a tecnologia oferece para a gestão económica dos bens/ serviços.</p>									
<p>RESULTADOS DE APRENDIZAGEM: No fim desta disciplina, os estudantes devem ser capazes de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Descrever as operações de gestão de um sistema logístico; • Participar activamente na tomada decisão sobre o transporte interno e externo de mercadorias; • Desenhar, implementar e avaliar as estratégias dos sistemas logísticos. • Gerir sistemas de armazenagem de mercadorias; • Aplicar as técnicas e normas de armazenagem de mercadorias; • Estabelecer e gerir um sistema de informação de logística 									
TEMAS	Contacto Directo				Estudo Independente				
	AT	AP/LAB	S	CD	L	G	P	EI	T
1. Introdução à gestão de sistemas logísticos;	2			4	12	8		20	24
2. Sistemas de transporte interno e externo;	2	2	4	8	14	12	4	30	38
3. Movimento e fluxo de mercadorias;	4	4	4	12	14	6	6	26	38
4. Sistemas de armazenagem de mercadorias;	4	2	4	10	16	14	2	32	42
5. Técnicas e normas de armazenagem;	4	4	4	12	14	4	4	22	34
6. Estratégias de gestão de sistemas logísticos;	2	2	4	8	16	4	4	24	32
7. Sistemas de informação para logística;	4	4	4	12	14	2	6	22	34
TOTAL	22	19	23	64	100	50	26	176	240
<p>METODOLOGIA DE ENSINO As aulas da cadeira de gestão de sistemas logísticos serão maioritariamente locionadas pelos estudantes, na perspectiva de explorar o ensino centrado no estudante. Serão constituídos grupos de apresentação que irão, discutir entre si os conteúdos de cada aula, mediante o fornecimento prévio da matéria da aula seguinte. Para cada aula, o docente irá seleccionar o grupo de estudantes que irão participar activamente da discussão, ficando o resto da turma com a função de discutir os conceitos. Caberá ao docente a responsabilidade de fazer a súmula da aula. O procedimento será idêntico para as aulas práticas. Para cada apresentação, os grupos escolhidos deverão entregar previamente ao docente o resumo da sua apresentação no dia. Os estudantes atrasados serão automaticamente desclassificados (sem tolerância).</p>									

ESTRATÉGIAS DE AVALIAÇÃO

A avaliação será feita com base em testes escritos, trabalhos em grupo e pela participação do estudante nas aulas.

As condições de acesso e aprovação ao exame são estabelecidas pelo Regulamento Pedagógico da UEM em vigor. O exame consistirá de uma *prova escrita*.

LITERATURA BÁSICA

1. Ruston, A. Oxley, P. E Crouchen, P. (2001). Logistics and Distribution Management. Macmillan;
2. Schonsleben, P. (2000). Integral logistics Management: Planning and control of comprehensive business processes;

AT = Aulas teóricas; AP/LAB = Aula prática ou laboratorial; S = Seminários; CD = Total de horas de contacto directo; L = Uso de literatura; G = trabalhos de grupo P = Elaboração de projectos; EI = Total horas de estudo independente; T = soma das horas de contacto directo e de estudo independente

DISCIPLINA: COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR					CÓDIGO:				
ANO DE ESTUDOS: 4		HORAS DE CONTACTO: 64			CRÉDITOS: 5				
		HORAS DE ESTUDO INDEPENDENTE: 86							
INTRODUÇÃO:									
Qualquer empresa que pretende subsistir no mercado é fundamental que dedique boa parte dos seus esforços na análise do comportamento dos consumidores, aliás estes constituem a razão principal da sua existência. Esta cadeira visa abordar com profundidade este aspecto do comportamento do consumidor como complemento a outras acções estratégicas de Marketing.									
RESULTADOS DE APRENDIZAGEM:									
Entender a importância da segmentação no âmbito de estratégias orientadas ao cliente Compreender o comportamento do consumidor no processo de decisão de compra Compreender os factores influentes no processo de decisão de compra do consumidor									
TEMAS	Contacto Directo				Estudo Independente				T
	AT	AP/LAB	S	CD	L	G	P	EI	
A segmentação e estratégias de Marketing orientada para o consumidor	4	8	2	14	10	10	4	24	38
Modelo de comportamento de compra e factores que afectam o comportamento de compra	6	10		16	6	6	4	16	32
Processo de decisão do comprador para novos produtos	2	6	4	12	4	8	2	14	26
Tipos de comportamento de compra	2	8		10	6	8	2	16	26
Comportamento de compra organizacional	4	4	4	12	6	8	2	16	28
TOTAL	10	36	10	64	32	40	14	86	150
METODOLOGIA DE ENSINO									
Para melhor apreensão dos conteúdos desta cadeira, o grupo da mesma adopta a metodologia de Ensino Centrado no Estudante (ECE). É uma metodologia de ensino moderno, que exige muito empenho e dedicação dos estudantes na leitura, reflexão e debate com colegas. Neste método, o docente é um facilitador e mediador dos debates dos estudantes. Esta metodologia orienta e direcciona o estudante nas suas investigações.									
ESTRATÉGIAS DE AVALIAÇÃO									
Para esta cadeira, privilegia-se a avaliação formativa, aquela que é realizada continuamente, por forma a medir o nível de compreensão/apreensão dos conteúdos ministrados. Ela poderá ser feita no final de cada aula ou conteúdo programático. Para o efeito, serão recomendados com frequência “trabalhos de casa”, que deverão ser debatidos em grupos na sala de aulas.									
Para além da avaliação acima referida, de forma sumativa serão realizadas duas (2) avaliações (ensaios) em grupos e defendidos na sala de aulas. A defesa também será avaliada. Das avaliações será deduzida a média, que ditará a admissão, dispensa ou exclusão do estudante ao exame semestral.									
LITERATURA BÁSICA:									
<ol style="list-style-type: none"> 1. Kotler, Philip & Armstrong, Gary (2007). Principios de Marketing. 12ª Edição. Editora Pearson Prentice Hall: São Paulo. 2. Kotler, Philip & Keller, Kevin (2007). Administração de Marketing. 12ª Edição. Prentice Hall São Paulo. 									

3. Robert, Stevens, et all (2001). Planejamento de Marketing: Guia de Processos e aplicações práticas. Editora Person Education do Brasil. São Paulo.

AT = Aulas teóricas; AP/LAB = Aula prática ou laboratorial; S = Seminários; CD = Total de horas de contacto directo; L = Uso de literatura; G = trabalhos de grupo P = Elaboração de projectos; EI = Total horas de estudo independente; T = soma das horas de contacto directo e de estudo independente

DISCIPLINA: PRÁTICA E SIMULAÇÃO EMPRESARIAL VI				CÓDIGO: PSE VI					
ANO DE ESTUDOS: 4		HORAS DE CONTACTO: 32				CRÉDITOS: 5			
		HORAS DE ESTUDO INDEPENDENTE: 118							

INTRODUÇÃO:

Uma vez iniciado o processo de desenho de ideia de negócio e respectiva tramitação de constituição de empresa no contexto de Moçambique realizado na Prática e Simulação Empresarial V (do actual Curriculum), seguida de actividade de estágio nas organizações, verifica-se uma falta de conhecimentos relativamente às obrigações fiscais que as empresas devem cumprir. Neste sentido, a Prática e Simulação Empresarial VII será fundamental para colmatar essa lacuna. No seu conteúdo, ela é dominada por três temáticas fundamentais: avaliação financeira das empresas criadas em PSE V, enquadramento fiscal e obrigações da empresa, e os procedimentos de controlo interno adoptados nas empresas.

O conhecimento destas temáticas permitirá ao estudante, dos quatro cursos adquirir competências para criar e desenvolver uma ideia de negócio e apresentar aos parceiros: empresas, associações, particulares e organizações governamentais e não governamentais, bem assim participar da sua implementação e assessorar o seu desenvolvimento.

METODOLOGIA DE ENSINO

Para melhor apreensão dos conteúdos desta cadeira, o grupo da mesma adopta a metodologia de Ensino Centrado no Estudante (ECE). É uma metodologia de ensino moderno, que exige muito empenho e dedicação dos estudantes na leitura, reflexão e debate com colegas. Neste método, o docente é um facilitador e mediador dos debates dos estudante. Esta metodologia orienta e direcciona o estudante nas suas investigações.

ESTRATÉGIAS DE AVALIAÇÃO

Para esta cadeira, privilegia-se a avaliação formativa, aquela que é realizada continuamente, por forma a medir o nível de compreensão/apreensão dos conteúdos ministrados. Ela poderá ser feita no final de cada aula ou conteúdo programático. Para o efeito, serão recomendados com frequência “trabalhos de casa”, que deverão ser debatidos em grupos na sala de aulas.

Para além da avaliação acima referida, de forma sumativa serão realizadas duas (2) avaliações (ensaios) em grupos e defendidos na sala de aulas. A defesa também será avaliada. Das avaliações será deduzida a média, que ditará a admissão, dispensa ou exclusão do estudante ao exame semestral.

RESULTADOS DE APRENDIZAGEM:

No fim desta disciplina, os estudantes devem ter desenvolvido a competência de:

Descrever os procedimentos de controlo interno a adoptar na empresa.

Apresentar um projecto completo de empresa passível de implementação pelos parceiros.

TEMAS	Contacto Directo				Estudo Independente				T
	AT	AP/L AB	S	CD	L	G	P	EI	
	QUADRO LEGAL DAS EMPRESAS EM MOÇAMBIQUE	2	10	4	16	22	30	6	
ENQUADRAMENTO FISCAL E DESCRIÇÃO DAS OBRIGAÇÕES DA EMPRESA	2	10	4	16	12	30	4	46	62

PROCEDIMENTOS DE CONTROLO INTERNO DAS EMPRESAS.	0	0	0	0	2	10	2	14	14
TOTAL	4	20	8	32	36	70	12	118	150

METODOLOGIA DE ENSINO

Para melhor apreensão dos conteúdos desta cadeira, o grupo da mesma adopta a metodologia de Ensino Centrado no Estudante (ECE). É uma metodologia de ensino moderno, que exige muito empenho e dedicação dos estudantes na leitura, reflexão e debate com colegas. Neste método, o docente é um facilitador e mediador dos debates dos estudante. Esta metodologia orienta e direcciona o estudante nas suas investigações.

ESTRATÉGIAS DE AVALIAÇÃO

Para esta cadeira, privilegia-se a avaliação formativa, aquela que é realizada continuamente, por forma a medir o nível de compreensão/apreensão dos conteúdos ministrados. Ela poderá ser feita no final de cada aula ou conteúdo programático. Para o efeito, serão recomendados com frequência “trabalhos de casa”, que deverão ser debatidos em grupos na sala de aulas.

Para além da avaliação acima referida, de forma sumativa serão realizadas duas (2) avaliações (ensaios) em grupos e defendidos na sala de aulas. A defesa também será avaliada. Das avaliações será deduzida a média, que ditará a admissão, dispensa ou exclusão do estudante ao exame semestral.

LITERATURA BÁSICA:

1. Ellis, Stephen & Fauré, Ives (orgs) (2000). Empresas e Empresários Africanos, Lisboa, Vulgata.
2. International Labor Organization (ILO). (2005). General Conditions to stimulate job creation in small and medium sized enterprises.
3. Micro 2001 (1995). Expandiendo las oportunidades economicas através del desarrollo empresarial–lineamentos del programa para consulta con los socios de BID, Noviembre.
4. Nowak, Maria,(1989) The role of microenterprises in rural industrialization in Africa in: Microenterprises in developing countries, Intermediate Technology Publications, pp. 57-74
5. CÓDIGO COMERCIAL;
6. Decreto-Lei n.º 1/2006, de 3 de Maio de 2006;
7. DECRETO n.º 49/2004, de 17 de Novembro, que aprova o Regulamento de Licenciamento de Actividade Comercial

AT = Aulas teóricas; AP/LAB = Aula prática ou laboratorial; S = Seminários; CD = Total de horas de contacto directo; L = Uso de literatura; G = trabalhos de grupo P = Elaboração de projectos; EI = Total horas de estudo independente; T = soma das horas de contacto directo e de estudo independente

DISCIPLINA: ECONOMIA DE MOÇAMBIQUE		CODIGO: ECONOMOC
ANO DE ESTUDOS: 4	HORAS DE CONTACTO DIRECTO: 64	CREDITOS: 5
	HORAS DE ESTUDO INDEPENDENTE: 86	

INTRODUÇÃO

A disciplina de Economia de Moçambique pretende caracterizar a estrutura económica de Moçambique através da análise de estratégias e políticas adoptadas durante o período colonial e no pós independência. Será dado um enfoque a análise das estratégias de crescimento e desenvolvimento económico, bem como a integração regional na SADC.

No fim do programa, os estudantes deverão ser capazes de:

- Identificar as características da estrutura económica de Moçambique,
- Analisar as principais estratégias e políticas de desenvolvimento estabelecidas e implementadas após a independência nacional,
- Avaliar o impacto da integração regional para o desenvolvimento de Moçambique.

Temas:

	Contacto Directo				Estudo Independente				Total
	AT	AP	S	CD	L	G	P	EI	
	Introdução à Economia de Moçambique	2			2	4	2		
A Agricultura	4	4	8	16	10	8	4	22	38
A Indústria	4	4	6	14	8	6	4	18	32
Os Transportes e Comunicações	2	4	2	8	8	2	4	14	22
O Sector Financeiro	4	4	4	12	6	4	2	12	24
Integração Económica na SADC	6	2	4	12	10	2	2	14	26
Total	22	18	24	64	46	24	16	86	150

METODOLOGIAS DE ENSINO:

Para melhor apreensão dos conteúdos desta cadeira, o grupo da mesma adopta a metodologia de Ensino Centrado no Estudante (ECE). É uma metodologia de ensino moderno, que exige muito empenho e dedicação dos estudantes na leitura, reflexão e debate com colegas. Neste método, o docente é um facilitador e mediador dos debates dos estudantes. Esta metodologia orienta e direcciona o estudante nas suas investigações.

ESTRATÉGIAS DE AVALIAÇÃO

Para esta cadeira, privilegia-se a avaliação formativa, aquela que é realizada continuamente, por forma a medir o nível de compreensão/apreensão dos conteúdos ministrados. Ela poderá ser feita no final de cada aula ou conteúdo programático. Para o efeito, serão recomendados com frequência “trabalhos de casa”, que deverão ser debatidos em grupos na sala de aulas.

Para além da avaliação acima referida, de forma sumativa serão realizadas duas (2) avaliações (ensaios) em grupos e defendidos na sala de aulas. A defesa também será avaliada. Das avaliações será deduzida a média, que ditará a admissão, dispensa ou exclusão do estudante ao exame semestral.

LITERATURA BÁSICA:

1. Abrahamsson, H. & Nilsson, A. (1994). Moçambique em Transição: um estudo da história de desenvolvimento durante o período 1974-1992. CEEI-ISRI;
2. DIRECÇÃO DOS SERVIÇOS DE PLANEAMENTO E INTEGRAÇÃO ECONÓMICA - Planos de Fomento;
3. FRELIMO - Directivas Económicas e Sociais do III, IV, V e VI Congressos e Manifestos;
4. Hanlon, J. (1997). Paz sem Benefício: como o FMI bloqueia a reconstrução de Moçambique, Colecção Nosso Chão, N.º. 10, Maputo;

5. Hermele, K. (1990). Moçambique numa encruzilhada: Economia e Política na Era do Ajustamento Estrutural. CHR, Michelsen Institute, Bergen;
6. Machel, S.M. (1983). A Luta contra o Subdesenvolvimento, FRELIMO, Maputo;
7. Mosca, J. (2005). Economia de Moçambique – Século XX, Instituto Piaget, Lisboa;
8. Mosca, J. (2011). Políticas Agrárias de (em) Moçambique (1975-2009), Escolar Editora, Maputo;
9. Wuyts, M.E. (1978). Camponeses e economia rural em Moçambique, UEM, CEA.

AT = Aulas teóricas; AP/LAB = Aula prática ou laboratorial; S = Seminários; CD = Total de horas de contacto directo; L = Uso de literatura; G = trabalhos de grupo P = Elaboração de projectos; EI = Total horas de estudo independente; T = soma das horas de contacto directo e de estudo independente

DISCIPLINA: PLANO DE NEGÓCIOS PARA PME'S		CÓDIGO: PNPME's
ANO DE ESTUDOS: 4º	HORAS DE CONTACTO: 22 HORAS DE ESTUDO INDEPENDENTE: 278	CRÉDITOS: 10

INTRODUÇÃO:

A cadeira de Plano de negócios para Pequenas e Médias Empresas visa complementar as habilidades adquiridas pelos formandos ao longo dos seis semestres, habilitando-os a agir tecnicamente no processo de identificação e exploração de oportunidades de negócios. Assim, por via desta cadeira, os formandos irão adquirir capacidade de elaboração de planos de Negócios depois de uma análise completa da viabilidade da oportunidade a ser explicada. São ainda capacitados a apresentarem os seus planos de tal forma que possam aumentar as suas possibilidades de obtenção de financiamentos.

RESULTADOS DE APRENDIZAGEM:

No fim desta disciplina, os estudantes devem ser capazes de:

- Criar uma ideia de negócio
- Elaborar estudo de viabilidade de um negócio
- Elaborar um Plano de Negócio
- Gerir um negócio

TEMAS	Contacto Directo				Estudo Independente				T
	AT	AP/LAB	S	CD	L	G	P	EI	
	Perfil e Tipos de Planos de Negócios	2			2	8	8	12	
Planificação Estratégica da Empresa Inovadora	2			2	4	16	22	42	44
Análise de Mercado	2	2	2	6	6	20	24	50	56
Fontes de Informação e ferramentas de Busca	2		2	4	2	14	20	36	40
Elaboração do Plano de Negócios	2	2		4	8	44	52	104	108
Estratégias de apresentação do Plano de Negócios;		2	2	4		6	12	18	22
TOTAL	10	6	6	22	28	108	172	278	300

METODOLOGIA DE ENSINO

Para melhor apreensão dos conteúdos desta cadeira, o grupo da mesma adopta a metodologia de Ensino Centrado no Estudante (ECE). É uma metodologia de ensino moderno, que exige muito empenho e dedicação dos estudantes na leitura, reflexão e debate com colegas. Neste método, o docente é um facilitador e mediador dos debates dos estudantes. Esta metodologia orienta e direcciona o estudante nas suas investigações.

ESTRATÉGIAS DE AVALIAÇÃO

Para esta cadeira, privilegia-se a avaliação formativa, aquela que é realizada continuamente, por forma a medir o nível de compreensão/apreensão dos conteúdos ministrados. Ela poderá ser feita no final de cada aula ou conteúdo programático. Para o efeito, serão recomendados com frequência "trabalhos de casa", que deverão ser debatidos em grupos na sala de aulas.

Para além da avaliação acima referida, de forma sumativa serão realizadas duas (2) avaliações (ensaios) em grupos e defendidos na sala de aulas. A defesa também será avaliada. Das avaliações será deduzida a média, que ditará a admissão, dispensa ou exclusão do estudante ao exame semestral.

LITERATURA BÁSICA:

1. Baron, R. (2007). Empreendedorismo: Uma Visão do Processo, S.Paulo: Thomson.

2. Degen, R. (1989). O Empreendedor: Fundamentos e Iniciativa Empresarial, S. Paulo: McGraw-Hill
3. Drucker, P. (1987). Inovação e Espírito Empreendedor: Prática e Princípios, 3aed, S. Paulo: Pioneira.
4. Hisrich, Robert D. (2009). Empreendedorismo, 7ª ed, Porto Alegre: Bookman.
5. Nueno, P. (2007). Emprriendo hacia el 2010. Unq renovada perspectiva global del arte de crear
6. empresas y sus artistas. Madrid. Ed. Deusto.
7. Porter, M. (2004). Estratégia Competitiva: Técnicas para Análise da Indústria e da Concorrência, 7ª ed, São Paulo: Campus.

AT = Aulas teóricas; AP/LAB = Aula prática ou laboratorial; S = Seminários; CD = Total de horas de contacto directo; L = Uso de literatura; G = trabalhos de grupo P = Elaboração de projectos; EI = Total horas de estudo independente; T = soma das horas de contacto directo e de estudo independente