

CURRICULO

MESTRADO EM GESTÃO DE EMPRESAS

Fevereiro 2022

APRESENTAÇÃO

O Curso de Mestrado em Gestão de Empresas (MGE) do Instituto Superior de Transportes e Comunicações (ISUTC) que apresentamos fundamenta-se, primeiro, na experiência institucional acumulada no domínio da oferta formativa de pós-graduação (cursos de mestrados e cursos de especialização). Nesta base, o primeiro curso de mestrado foi oferecido em 2009 na área de engenharia (Engenharia de Redes e Sistemas de Comunicação – MERSC 1) em parceria com o Instituto Superior Técnico de Lisboa (ISTL). Seguiram-se cursos autóctones. Enquanto o primeiro curso de especialização foi oferecido em 2010 na área de Gestão (Gestão de Empresas de Telecomunicações – GESTEL); o segundo curso de mestrado foi oferecido em 2011-12 na área de engenharia (Vias de Comunicação e Transportes – MEVCT); o terceiro curso de mestrado foi oferecido em simultâneo (2011-2), na área de engenharia (Engenharia de Redes e Sistemas de Comunicação – MERSC 2), novamente em regime de parceria com o ISTL; o segundo curso de especialização foi oferecido em 2012-13 na área de engenharia (Engenharia Ferroviária - CEEF); o quarto curso de mestrado foi oferecido na área de engenharia (Avaliação do Impacto Ambiental – MEGAM) em parceria científica com a empresa Matos, Fonseca & Associados (Portugal)¹; o terceiro curso de especialização foi oferecido em 2014-15 na área de engenharia (Engenharia Portuária - CEEP); por fim, o quinto curso de mestrado foi oferecido na área de engenharia (Engenharia de Redes e Sistemas de Comunicação – MERSC 3), também, em regime de parceria com o ISTL.

Segundo, como resposta à procura crescente de competências técnico-profissionais específicas e multidisciplinares nos domínios de intervenção do ISUTC, como a gestão de empresas, visando responder a desafios relevantes que se colocam as organizações face aos imperativos de competição, e em geral, sócio-económicos de desenvolvimento das organizações.

¹ Empresa de consultoria na área do ambiente, concentrando a sua actividade nos estudos, projectos, formação, consultoria e assessoria técnica nas áreas de ambiente, engenharia civil, recursos hídricos, gestão de efluentes, gestão de resíduos, segurança, qualidade e ambiente, projectos de estradas, planeamento e ordenamento territorial, estudos de viabilidade, estudos económicos e saneamento básico; tem uma experiência referencial de prestação de serviços na área ambiental, com trabalhos realizados em Portugal, Roménia, Moçambique e São Tomé e Príncipe (https://www.facebook.com/matosfonseca.eassociados/?ref=page_internal).

O curso de Mestrado em Gestão de Empresas do ISUTC tem como diferencial, em termos de programa, a capacitação para solução de problemas empresariais complexos e desenvolvimento da inovação com visão estratégica; forte orientação de integração da empresa e numa perspectiva avançada, de integração de empresas (*e.g.*, redes de tipo cadeia de abastecimento); que ocorrerá pela transferência de conhecimento científico e pela experiência prática de abordagem dos conteúdos; dos métodos e estratégias pedagógicas; adequados meios de ensino subjacentes. Outrossim, tem carácter aberto e flexível, orientado para graduados de diversas áreas de conhecimento.

O curso é oferecido em duas variantes, nomeadamente mestrado académico e mestrado profissionalizante (observadas as prescrições da legislação do ensino superior apropriada), com o fito de proporcionar habilidades técnicas e profissionais avançadas e desenvolvimento de competências relevantes para o desempenho de tarefas e funções técnicas em diferentes áreas, e simultaneamente, a continuação de estudos de pós graduação mais elevados e a prática de investigação em instituições de ensino superior e outros centros de investigação.

Na óptica de quesitos essenciais, o curso de Mestrado em Gestão de Empresas do ISUTC tem uma duração de 24 e 18 meses lectivos, consoante se qualifique como mestrado académico ou mestrado profissionalizante, respectivamente. Nesta base, os 3 semestres iniciais são dedicados à leccionação de módulos nucleares e opcionais visando dotar o mestrando, de forma organizada e sistemática, de conhecimentos, competências e habilidades inerentes à formação de especialidade, num total de 93 créditos; e o quarto semestre destinado à elaboração da Dissertação, com um total de 27 créditos; o tempo global do curso (4 semestres) totaliza 120 créditos académicos – para o *mestrado académico*. Enquanto no mestrado profissionalizante, os 2 semestres iniciais destinam-se à leccionação de módulos, num total de 88 créditos. O semestre derradeiro (o terceiro) destina-se à elaboração do Trabalho de projecto, num total de 10 créditos. O tempo global do curso é de 3 semestres, correspondendo à 98 créditos académicos.

Concluindo, o curso de Mestrado em Gestão de Empresas do ISUTC, embora endógeno, conta com o suporte de um corpo docente nacional e estrangeiro (neste último caso, especialmente contratado no âmbito da parceria de negócios com o ISCTE-IUL – Instituto Universitário de

Lisboa), seleccionado seguindo os ditames da legislação do ensino superior e padrões internacionais mais elevados.

ÍNDICE

APRESENTAÇÃO	2
ÍNDICE	5
DESENVOLVIMENTO	6
Missão	6
Visão	6
Valores	6
Objectivos	7
Relevância	8
Requisitos de ingresso	8
Orientação e indução à frequência do curso	9
Perfil do mestre em gestão de empresas	9
Culminação de estudos e orientação científica	12
Linhas de pesquisa e duração e estrutura do curso	15
Duração e estrutura	15
Plano de estudos	17
Modelo de ensino e sistema de avaliação	21
Recursos para implementação do curso	22
Programas temáticos dos módulos	24
CONCLUSÃO	44
REFERÊNCIAS	45

DESENVOLVIMENTO

Esta unidade aborda a estruturação do Mestrado em Gestão de Empresas do ISUTC de forma fundamentada.

Missão

Missão é a razão de ser da Direcção de Programas de Pós-graduação – DPPG definindo o negócio e a função social. Nesta base, a sua missão é promover cursos de pós-graduação nas modalidades académica e profissionalizante, dentro de modelos de excelência técnica e de gestão, visando o desenvolvimento científico, tecnológico e social da comunidade.

Visão

Visão é a situação que a DPPG deseja chegar (num período definido de tempo). Assim, a sua visão é consolidar-se como referência nacional, em termos de oferta formativa de pós-graduação, , apta a levar a cultura da pesquisa às organizações para a solução de problemas práticos e/ou desenvolver aplicações para conhecimentos científico, tecnológico e social já existentes ou, ainda, novos.

Valores

A DPPG partilha os valores do ISUTC, tendo a base seguinte:

- Valorização e desenvolvimento humano;
- Valorização do conhecimento científico, tecnológico e social;
- Postura ética e comprometimento;
- Respeito a diversidade e a pluralidade;
- Compromisso com a gestão democrática e transparente;
- Cordialidade nas relações de trabalho;
- Responsabilidade e sustentabilidade;
- Criatividade e inovação.

Objectivos

O curso está concebido para desenvolver conhecimentos, competências e habilidades na área de gestão, para um conjunto amplo de oportunidades profissionais em organizações privadas e do sector público, bem como em regime de trabalho independente (*e.g.*, consultor e outros), sendo estabelecidos os seguintes objectivos gerais e específicos:

Geral

Formar profissionais competentes capazes de exercer as funções de gestão (nas vertentes organizações, de forma dinâmica e proactiva, e adequar-se à mudança, à evolução e às exigências do mercado e tornar às organizações sustentáveis e competitivas; e na vertente investigação).

Específicos

*i. Ao nível do **Saber***

- a) Oferecer um conjunto de unidades curriculares que permitam o conhecimento de métodos, modelos e/ou instrumentos de gestão, avaliação e acompanhamento das actividades empresariais;
- b) Oferecer um conjunto integrado de unidades curriculares na área das ciências empresariais.

*ii. Ao nível do **saber fazer***

- a) Desenvolver competências no domínio da gestão de empresas;
- b) Desenvolver habilidades para diagnosticar problemas; identificar oportunidades de negócio e assim criar soluções e empreender através do uso de ferramentas apropriadas de gestão; bem como trabalhar em pesquisa científica.

*i. Ao nível do **saber ser e estar***

Formar profissionais com senso de proactividade a favor dos interesses organizacionais (sendo honestos com os *stakeholders* em geral, cumprindo as leis e valorizando as pessoas e a sociedade de acordo com os códigos de ética das organizações).

Relevância

A complexidade e as exigências das organizações actuais impõem que a aquisição de conhecimentos e de competências seja uma preocupação constante dos profissionais que desempenham funções no domínio da gestão organizacional e/ou que exerçam a sua actividade no sector público ou no sector privado. Para estes profissionais é fundamental dominar os instrumentos e as técnicas de gestão de empresas, aspecto especialmente importante para aqueles que não receberam a nível académico, formação específica na área da gestão.

Nesta base, o *Mestrado em Gestão de Empresas* assenta num plano de estudos que aborda directamente os módulos e matérias essenciais para quem pretende iniciar-se no domínio da gestão de empresas ou, sendo já empreendedor, nunca tenha tido a oportunidade de estruturar e enriquecer os seus conhecimentos para melhor gerir o desenvolvimento do seu negócio.

Apostando na transversalidade de temas, experiências e contacto com a actividade empresarial, este curso não deixa, contudo, de oferecer uma excelente oportunidade de revisão e actualização de conhecimentos para quem já possui formação na área de gestão.

Na prática, o *Mestrado em Gestão de Empresas* abarca as áreas mais relevantes da gestão de empresas, quer se situem ao nível estratégico, com leccionação de matérias relacionadas com a estratégia e desenvolvimento empresarial; quer ao nível operacional, com a leccionação de conhecimentos nas principais áreas funcionais: *marketing* e vendas, finanças, recursos humanos, logística e operações; bem como nas áreas de suporte relevantes: sistemas de informação para gestão e sistemas de informação contabilística e fiscal. Esta visão multidisciplinar, integrada e de cariz profissionalizante, oferece uma clara vantagem competitiva, além de ser um factor de diferenciação nas várias carreiras profissionais.

Por fim, o *Mestrado em Gestão de Empresas* representa uma oportunidade de valorização profissional no quadro dos novos desafios que se colocam à gestão empresarial no Séc. XXI, suportando-se desta forma, a relevância do curso de *Mestrado em Gestão de Empresas*.

Requisitos de ingresso

Podem candidatar-se ao curso de Mestrado em Gestão de Empresas:

- a) Todos os graduados em áreas de gestão e afins;

- b) Todos os graduados em outras áreas, designadamente ciências sociais; ciências exactas e da terra; ciências biológicas; engenharias; ciências da saúde; ciências agrárias; linguística, letras e artes; ciências sociais aplicadas; ciências humanas, exercendo activamente funções de gestão e/ou com interesse nestas.

Orientação e indução à frequência do curso

São critérios de orientação e indução à frequência do curso:

- a) Avaliação do currículo;
- b) Avaliação da experiência profissional e académica, e interesse;
- c) Aos mestrandos admitidos, atendendo os resultados da avaliação de diagnóstico inicial, podem ser oferecidos programas intra e/ou extra-curriculares específicos de refrescamento de conhecimentos, habilidades e atitudes requeridas para a frequência do curso com êxito, considerando tanto as exigências específicas do curso e do desenvolvimento profissional do mestrando;
- d) As actividades intra-curriculares podem consistir no acréscimo à carga horaria até 2 horas semanais em unidades curriculares específicas (*e.g.*, matemática, contabilidade, finanças, etc.) para habilitar os mestrandos a frequência de tais disciplinas e o mestrado com sucesso.
- e) As actividades extra-curriculares podem consistir na oferta de programas orientados para refrescamento e/ou aquisição conhecimento e habilidades básicas específicas (*e.g.* matemática, contabilidade, finanças, etc.) para habilitar os mestrandos à frequência destas disciplinas e o mestrado com sucesso.

Perfil do mestre em gestão de empresas

O perfil do mestre em gestão de empresas compreende as seguintes dimensões:

- a) *Perfil profissional*: refere-se às tarefas e funções-chave que o graduado irá realizar, bem como às competências a desenvolver no processo de ensino e aprendizagem para a realização de tais tarefas considerando as seguintes categorias: conhecimentos (o que deve saber); capacidades (o que deve saber fazer); valores e atitudes (o que deve ser);

- b) *Perfil ocupacional*: refere-se à indicação de onde é que o graduado pode desenvolver as suas actividades com base na relação entre o curso e as necessidades e características dos sectores de actividade económica.

Perfil profissional do mestre em gestão de empresas

Na área do “saber” o mestre em gestão de empresas deve:

- a) Conhecer os conceitos teóricos fundamentais para a área científica de Gestão;
- b) Integrar conhecimentos; analisar e avaliar situações específicas envolvidas no processo da gestão de negócios públicos e privados;
- c) Dominar a metodologia científica adequada aos problemas a investigar no ambiente de gestão de empreendimentos em todos os sectores da economia;
- d) Identificar; interpretar e caracterizar a realidade do ambiente de negócios a nível nacional, regional e internacional, bem como a sua ligação com os fenómenos económicos e sociais da economia mundial, no contexto da globalização tendo em vista, uma atitude proactiva face a mudanças no contexto da economia e gestão das organizações e das nações;
- e) Pesquisar; pensar de forma estratégica, lógica, abstracta e compreender o pensamento crítico e estratégico sobre a gestão de empresas.

Na área do “saber fazer” o mestre em gestão de empresas deve:

- a) Tomar decisões apropriadas que possam assegurar a sobrevivência, o crescimento e desenvolvimento da organização no mercado em que está inserida, tendo em consideração os diferentes factores sociais, económicos, tecnológicos, políticos e naturais do ambiente de negócios;
- b) Coordenar equipas multidisciplinares das diferentes áreas da organização, na busca de soluções, com vista a otimizar os resultados pretendidos;
- c) Gerir de forma racional e estratégica os recursos organizacionais garantindo a sua sustentabilidade para assegurar a sobrevivência da organização;

- d) Desenhar projectos e decidir sobre a optimização da alocação de recursos; do uso do tempo e obter a colaboração dos seus pares, utilizando uma abordagem estruturada para todas as decisões no âmbito da implementação; monitoria e avaliação dos projectos;
- e) Elaborar estratégias de curto, médio e longo prazos que possam assegurar a sustentabilidade dos negócios;
- f) Assessorar o desenvolvimento de diferentes políticas e estratégias empresariais para gestão eficiente e eficaz das organizações;
- g) Motivar pessoas e dinamizar equipas de trabalho para resolução de problemas empresariais;
- h) Avaliar projectos de investimento tendo em consideração o ciclo de gestão de um negócio em diferentes sectores de actividade económica;
- i) Empreender; criar e inovar no processo da gestão de negócios nos sectores público e privado.

Na área do “saber ser” o mestre em gestão de empresas deve:

- a) Um profissional empenhado e consciente da importância dos aspectos económicos de nível nacional, regional e mundial para a gestão e desenvolvimento de qualquer tipo de empreendimento;
- b) Um profissional com conhecimentos e sensibilidade dos indicadores económicos e de gestão que exerce as suas funções de forma idónea e ética primando pelo rigor científico, profissional e responsabilidade;
- c) Permanentemente crítico dos problemas e oportunidades que advém do ambiente e da sociedade em que está inserido;
- d) Flexível e capaz de se adaptar à evolução das diferentes variáveis do micro e macro ambientes que afectam a actividade empresarial.

Perfil ocupacional do mestre em gestão de empresas

Perfil geral

O Mestre em gestão de empresas possui aptidões empreendedoras para:

- a) Fazer análise económica e exercer todo o processo da gestão de qualquer empreendimento em qualquer sector de actividade económica;
- b) Prosseguir estudos de pós-graduação a níveis mais elevados;

Perfil específico

O Mestre em gestão de empresas pode trabalhar, entre outras, nas seguintes áreas de actividade:

- a) Instituições de Ensino Superior;
- b) Centros de investigação;
- c) Organizações governamentais e/ou privadas;
- d) Instituições bancárias e/ou de seguros;
- e) Empresas de serviços de consultoria, auditoria, de forma independente ou institucional;
- f) Gabinetes de estudos económicos e sociais (governo, bancos, empresas de produção de bens e serviços);
- g) Organizações sociais.

Culminação de estudos e orientação científica

Culminação de estudos

- a) A culminação de estudos é através da elaboração de Dissertação – *para o mestrado académico* (Art. 20, nº.1, Decreto 30/2010 de 13 de Agosto);
- b) A Dissertação compreende uma pesquisa original sobre um tema escolhido pelo mestrando e respectivo orientador;
- c) O tema da Dissertação tem mérito pela contribuição para desenvolvimento do País nas diversas áreas no domínio da gestão de empresas;
- d) A culminação de estudos é, ainda, através da elaboração de *Trabalho de projecto* – para o mestrado *profissionalizante* (Art. 20, nº.2, Decreto 30/2010 de 13 de Agosto);
- e) O mestrando apenas será autorizado a transitar para a elaboração da Dissertação e/ou Trabalho de projecto após a conclusão da parte curricular do curso, com nota mínima de 14 valores no mestrado académico e 12 valores para o mestrado profissionalizante;

- f) A Dissertação de mestrado e o Trabalho de projecto para obtenção do grau de mestre são objecto de uma apreciação por um júri nomeado pelo Reitor;
- g) O acesso à fase de elaboração da Dissertação e/ou Trabalho de projecto depende da aprovação pelo Reitor, bem como da apresentação de requerimento do mestrando do qual deve constar a indicação do tema da Dissertação e/ou elementos indicativos de definição do projecto a desenvolver (*e.g.*, empreendimento, objectivos, estratégias, possíveis actividades, tempo e recursos), bem como o nome do orientador científico, devendo ser acompanhado de uma declaração de compromisso deste;
- h) O mestrando deverá inscrever-se para a elaboração da Dissertação no início do segundo ano lectivo e/ou no final do primeiro, consoante prossiga o mestrado académico ou profissionalizante;
- i) O prazo para a elaboração do projecto; desenvolvimento da dissertação e defesa pública é de um ano para o mestrado académico e 6 meses para o mestrado profissionalizante;
- j) Os mestrandos que não submeterem o trabalho de culminação de curso nos períodos referidos na alínea anterior podem, fundamentando, requerer ao Reitor a prorrogação da sua apresentação;
- k) A prorrogação a que se refere a alínea anterior não deve ultrapassar um semestre após a homologação.
- l) Os mestrandos que não satisfaçam as formas de culminação previstas, mas que tenham obtido todos os créditos correspondentes a parte curricular do Mestrado é conferido um certificado de pós-graduação, o qual não corresponde a um grau académico (Art. 20, nº. 5, Decreto 30/2010 de 13 de Agosto).

Orientação científica

- a) A orientação científica, no presente currículo, refere-se ao conjunto de momentos de análise crítica sobre as dimensões de um trabalho académico que ocorrem regularmente durante o período de vigência do curso.

- b) Na elaboração da Dissertação e/ou Trabalho de projecto, o mestrando pode ser supervisionado por um ou mais orientadores, nos casos em que isso for aplicável, propostos por si e homologados pelo Reitor.
- c) O orientador científico deve possuir o grau académico de Doutor com comprovada experiência profissional, mínima de 3 anos, no domínio da investigação científica;
- d) Na elaboração da Dissertação e/ou Trabalho de projecto, o mestrando pode, ainda, ser orientado por professores e/ou investigadores de outras instituições de ensino superior ou de investigação, nacionais ou estrangeiras, com grau de Doutor e de reconhecido mérito na matéria versada no trabalho;
- e) O(s) orientadores(es) e co-orientadores(es) são nomeados pelo Reitor sob proposta do mestrando, observando-se as afinidades das áreas de concentração e linhas de pesquisa respectivas;
- f) A elaboração e o acompanhamento das actividades de orientação da Dissertação e/ou Trabalho de projecto é feito seguindo:
 - 1. Os procedimentos adequados de selecção e admissão que garantam que o mestrando seja qualificado para as exigências do curso e institucionais; gradue em tempo útil; e apresente uma proposta de investigação exequível;
 - 2. As normas de elaboração e apresentação dos trabalhos de culminação do curso do ISUTC;
 - 3. As normas citadas no nº. 2, no seu projecto de desenvolvimento, além do conteúdo clássico, deverão prever: recursos disponíveis; biografia e publicações dos docentes; política da instituição; calendário da instituição; código de ética e integridade na investigação;
 - 4. O cronograma de actividades personalizado, estabelecido pelo mestrando e em observância das normas próprias, internas, devidamente aprovado pelo Reitor;
- g) O cronograma de actividades retro referido será regularmente revisto em forma de relatório de progresso;
- h) A entrega da Dissertação e/ou Trabalho de projecto é feita em dois momentos distintos:

1. Mediante a apresentação de quatro exemplares, sendo três em formato impresso e uma cópia em formato electrónico (rígido) ao Secretariado do programa de mestrado;
2. Após a discussão pública da Dissertação e/ou Trabalho de projecto e acolhidas as recomendações feitas em sede da sessão pública retro citada, a entrega deve ser mediante a apresentação de quatro exemplares definitivos, devidamente assinados pelos membros do júri, sendo três em formato impresso e uma cópia em formato electrónico (rígido) ao Secretariado do programa de mestrado.

Sistema de garantia de qualidade dos trabalhos de culminação de cursos

- a) Para o presente currículo, Sistema de Garantia de Qualidade dos Trabalhos de Culminação de Cursos – SGQTCC, é um conjunto de elementos interligados, integrados na organização, que funciona como uma engrenagem para atender à Política da Qualidade do ISUTC;
- b) O SGQTCC contempla: abordagens de orientação; papéis e responsabilidades (institucionais e pessoais); qualificação dos orientadores; normas e procedimentos.

Linhas de pesquisa e duração e estrutura do curso

Linhas de pesquisa

As linhas de pesquisa são as definidas pela Direcção de pesquisa e extensão do ISUTC.

Duração e estrutura

O Mestrado em Gestão de Empresas tem uma duração de 24 e 18 meses lectivos, designadamente o mestrado académico e o profissionalizante, respectivamente.

No mestrado académico, os três semestres iniciais são dedicados à leccionação de disciplinas nucleares e opcionais e visam dotar o mestrando, de forma organizada e sistemática, de conhecimentos, competências e habilidades inerentes à formação de especialidade, num total de 93 créditos. O quarto semestre destina-se a elaboração da dissertação, com um total de 27

créditos. O tempo global do curso (4 semestres) totaliza 120 créditos, em linha com o n.º. 1, Art. 18, Cap. II, do Decreto 30/2010 de 13 de Agosto.

Período	Domínio cognitivo
1.º Ano (1.º e 2.º Semestres)	<i>Aquisição</i> de conhecimentos: módulos nucleares e opcionais
	<i>Desenvolvimento</i> de habilidades: módulos nucleares e opcionais
	<i>Aplicação</i> de conhecimentos e habilidades: módulos nucleares e opcionais
2.º Ano (3.º e 4.º Semestres)	<i>Aquisição e aplicação</i> de conhecimentos e habilidades – Seminários de investigação em gestão (e projecto)
	<i>Aplicação</i> de conhecimentos e habilidades – Dissertação

Quadro 1 – Estrutura do curso de Mestrado em Gestão de Empresas (mestrado académico)

No mestrado profissionalizante, os dois semestres iniciais são dedicados à leccionação de disciplinas nucleares e opcionais e visam, igualmente, dotar o mestrando, de forma organizada e sistemática, de conhecimentos, competências e habilidades inerentes à formação de especialidade, num total de 88 créditos. O terceiro semestre destina-se a elaboração do Trabalho de projecto, com um total de 10 créditos. O tempo global do curso (3 semestres) totaliza 98 créditos (n.º. 2, Art. 18, Cap. II, Decreto 30/2010 de 13 de Agosto).

Período	Domínio cognitivo
1.º Ano (1.º e 2.º Semestres)	<i>Aquisição</i> de conhecimentos: módulos nucleares e opcionais
	<i>Desenvolvimento</i> de habilidades: módulos nucleares e opcionais
	<i>Aplicação</i> de conhecimentos e habilidades: módulos nucleares e opcionais
2.º Ano (3.º Semestre)	<i>Aplicação</i> de conhecimentos e habilidades – Trabalho de projecto (100% do tempo total)

Quadro 2 – Estrutura do curso de Mestrado em Gestão de Empresas (mestrado profissionalizante)

Para ambas as situações, as componentes curriculares incluem módulos de carácter obrigatório e opcional. Os módulos nucleares fornecem fundamentação teórico-metodológica para a formação académica e para a área de intervenção profissional. Os módulos opcionais caracterizam-se por tratar conteúdos complementares ao currículo sobre temáticas da actualidade de uma determinada área científica.

Plano de estudos

O Mestrado em Gestão de Empresas (mestrado académico) compreende três componentes: módulos nucleares, módulos opcionais e Dissertação, com um total de 120 créditos² (Quadro 1). Os módulos nucleares perfazem um total de 78 créditos. O mestrando deve escolher três módulos opcionais previstos na tabela 3, sendo uma no 1º. Semestre e duas no 2º. Semestre, perfazendo um total de 15 créditos. A Dissertação tem um total de 27 créditos. A distribuição dos créditos segue o plano da Tabela 2.

² A unidade de crédito no ISUTC corresponde a 30 horas de trabalho académico (horas de contacto directo e estudo independente).

Ano	Sem	Módulos	Tipo	H/s ³	Carga horária		Total	Créditos
					Hcd ⁴	Hei ⁵		
1	1	Estratégia e Desenvolvimento Empresarial	Nuclear	10	20	193	223	7
1	1	Marketing Empresarial	Nuclear	10	20	146	176	6
1	1	Métodos quantitativos	Nuclear	10	20	146	176	6
1	1	Liderança e Gestão de Recursos Humanos	Nuclear	10	20	146	176	6
1	1	Logística e Operações	Nuclear	15	30	158	203	7
1	1	Economia da empresa	Nuclear	15	30	158	203	7
1	1	Opcional 1	Opcional	8	16	125	149	5
Sub-total semestre 1				78	156	1072	1306	44
1	2	Estratégia Financeira da Empresa	Nuclear	10	20	193	223	7
1	2	Contabilidade avançada	Nuclear	10	20	146	176	6
1	2	Sistemas de Informação de Gestão	Nuclear	10	20	146	176	6
1	2	Governança Corporativa	Nuclear	15	30	158	203	7
1	2	Análise e Avaliação de Projectos	Nuclear	10	20	146	176	6
1	2	Opcional 2	Opcional	8	16	125	149	5
1	2	Opcional 3	Opcional	8	16	125	149	5
Sub-total semestre 2				71	142	1039	1252	42
2	1	Seminários de investigação em gestão	Nuclear	15	30	158	203	7
Sub-total semestre 3				15	30	158	203	7
2	2	Dissertação	Nuclear	0	0	810	810	27
Sub-total semestre 4				0	0	810	810	27
Total dos 2 anos				164	328	3079	3571	120

Tabela 2 – Plano de estudos do curso de Mestrado em Gestão de Empresas (*Mestrado académico*)

Por sua vez, o mestrado profissionalizante compreende, também, três componentes: módulos nucleares, opcionais e Trabalho de projecto⁶, com um total de 98 créditos académicos, distribuídos em 3 semestres, sendo 44 no primeiro semestre; 44 no segundo semestre; e 10

³ Horas semanais

⁴ Horas de contacto directo

⁵ Horas de estudo individual

⁶ Metodologia de pesquisa centrada na resolução de problemas reais e pertinentes, que conduzam à criação de uma nova relação entre a prática e a teoria.

créditos académicos para o Trabalho de projecto. A distribuição dos créditos segue o plano da Tabela 2.

Ano	Sem.	Módulo	Tipo	H/s ⁷	Carga horária		Total	Créditos
					Hcd ⁸	Hei ⁹		
1	1	Estratégia e Desenvolvimento Empresarial	Nuclear	10	20	193	223	7
1	1	Marketing Empresarial	Nuclear	10	20	146	176	6
1	1	Métodos quantitativos	Nuclear	10	20	146	176	6
1	1	Liderança e Gestão de Recursos Humanos	Nuclear	10	20	146	176	6
1	1	Logística e Operações	Nuclear	15	30	158	203	7
1	1	Economia da empresa	Nuclear	15	30	158	203	7
1	1	Opcional 1	Opcional	8	16	125	149	5
Sub-total semestre 1				78	156	1072	1306	44
1	2	Estratégia Financeira da Empresa	Nuclear	10	20	193	223	7
1	2	Contabilidade avançada	Nuclear	10	20	146	176	6
1	2	Sistemas de Informação de Gestão	Nuclear	10	20	146	176	6
1	2	Governança Corporativa	Nuclear	15	30	158	203	7
1	2	Análise e Avaliação de Projectos	Nuclear	10	20	146	176	6
2	1	Seminários de investigação em gestão	Nuclear	15	30	158	203	7
1	2	Opcional 2	Opcional	8	16	125	149	5
Sub-total semestre 2				78	156	1072	1306	44
2	1	Trabalho de projecto	Nuclear	0	0	300	300	10
Sub-total semestre 3				0	0	300	300	10
Total dos 18 meses				156	312	2444	2912	98

Tabela 2 – Plano de estudos do curso de Mestrado em Gestão de Empresas (*Mestrado profissionalizante*)

⁷ Horas semanais

⁸ Horas de contacto directo

⁹ Horas de estudo individual

Ano	Sem.	Módulo	Tipo	H/s ¹⁰	Carga horária		Total	Créditos
					Hcd ¹¹	Hei ¹²		
1	1	Comportamento organizacional	Opcional	8	16	133	149	5
1	1	Fundamentos da Contabilidade	Opcional	8	16	133	149	5
1	1	Direito Empresarial	Opcional	8	16	133	149	5
1	2	Comércio Internacional	Opcional	8	16	133	149	5
1	2	Contabilidade de Gestão	Opcional	8	16	133	149	5
1	2	Negociação empresarial	Opcional	8	16	133	149	5
1	2	Empreendedorismo	Opcional	8	16	133	149	5

Tabela 3 – Módulos opcionais do curso de Mestrado em Gestão de Empresas (Mestrado académico e profissionalizante)

Ano	Semestre	Módulo		Créditos
		No.	Tipo	
1	1	6	Nuclear	39
1	1	1	Opcional	5
1	2	5	Nucleares	32
1	2	2	Opcional	10
2	1	1	Nuclear	7
2	2	1	Nuclear	27
Total				120

Tabela 4 – Resumo dos créditos do curso de Mestrado em Gestão de Empresas (Mestrado Académico)

¹⁰ Horas semanais

¹¹ Horas de contacto directo

¹² Horas de estudo individual

Ano	Semestre	Número e Tipo de módulo	Crédito
1	1	6 Nucleares	39
1	1	1 Opcional	5
1	2	6 Nucleares	39
1	2	1 Opcionais	5
2	1	1 Nuclear	10
Total			98

Tabela 5 – Resumo dos créditos do curso de Mestrado em Gestão de Empresas (Mestrado profissionalizante)

Modelo de ensino e sistema de avaliação

Modelo de ensino

O modelo de ensino descreve as estratégias a serem usadas no processo de ensino-aprendizagem. Estas referem-se ao plano de intenções e acções articuladas e orientadas ao alcance dos objectivos. As estratégias compreendem os métodos e técnicas pedagógicas orientadas ao desenvolvimento dos conhecimentos, competências e habilidades definidas. Estas devem estar centradas no mestrando, i.é., na aplicação de métodos activos de aprendizagem¹³. Outrossim, estes contemplam o modo *online*. O modelo privilegia, ainda, atenção aos ambientes de aprendizagem, através do cruzamento de metodologias, meios de ensino (incluindo tecnologia como ferramenta no processo ensino-aprendizagem), espaços físicos e formas de avaliação, que melhor contribuem para se atingir os resultados definidos no perfil do graduado.

Sistema de avaliação

- a) A avaliação é uma componente do processo de ensino-aprendizagem. Visa, através da verificação e qualificação dos objectivos propostos, medir a melhoria progressiva da aprendizagem dos mestrandos e, daí, orientar a tomada de decisões em relação às actividades didácticas seguintes.
- b) O Mestrado em Gestão de Empresarial implementará as seguintes formas de avaliação:

¹³ Métodos activos de aprendizagem dizem respeito à orientação pedagógico-didáctico do processo de ensino-aprendizagem. Tem como foco central o desenvolvimento de actividades que estão centradas no aluno e o levam à construção do conhecimento.

1. *Avaliação de diagnóstico*, visando identificar as dificuldades e os problemas dos mestrandos;
 2. *Avaliação formativa*, visando ajustar os meios e as estratégias de aprendizagem e facilitar a implementação da didática de gestão e correcção dos erros de ensino-aprendizagem;
 3. *Avaliação sumativa*, visando medir e classificar os conhecimentos e habilidades dos mestrandos.
- c) Nesta base, a avaliação incluirá os seguintes elementos: exposição oral; avaliação por pares; relatório das discussões em grupo; testes orais e escritos; exames orais e escritos; relatórios de investigação e seminários.
- d) A operacionalização das estratégias específicas será definida pelos docentes nos planos analíticos de cada módulo.
- e) A classificação do rendimento escolar do mestrando far-se-á na base de índices numéricos correspondentes a uma escala de 0 a 20 valores.
- f) A aprovação na unidade curricular obedece aos requisitos seguintes:
1. Obtenção de, pelo menos, metade da pontuação máxima do exame ou trabalho final;
 2. Obtenção de, pelo menos, 10 valores na classificação final;
 3. Ter uma assiduidade mínima 80% às aulas de contacto directo sumarizadas ou obtenha a classificação final mínima de 14 valores.
- g) Os mestrandos que reprovem no exame normal possuem mais uma época de exame (exame de recurso).
- h) Os mestrandos aprovados podem inscrever-se para melhoria na época de recurso.

Recursos para implementação do curso

Corpo docente

O corpo docente do curso consta do Quadro 3:

Docente	Módulo	Grau académico
Josenilde Mário Janguia	Estratégia e Desenvolvimento Empresarial	Doutorada
Nelson Júlio Chacha	<i>Marketing</i> Empresarial	Doutorado
Mário Frengue Getimane	Métodos quantitativos	Doutorado
José F.M. Manjate	Liderança e Gestão de Recursos Humanos	Doutorado
Ruy Moreira Carvalho	Logística e Operações	Doutorado
Damião Cardoso	Economia da empresa	Doutorado
Domingos Coutinho	Estratégia Financeira da Empresa	Doutorado
Carlos António M. Siteo	Contabilidade avançada	Doutorado
Horácio Francisco Zimba	Sistemas de Informação de Gestão	Doutorado
Maria Iolanda Uane	Governança Corporativa	Doutorada
Gaspar Sitefane	Análise e Avaliação de Projectos	Doutorado
João Feijó	Seminários de investigação em gestão	Doutorado
José F.M. Manjate	Comportamento organizacional	Doutorado
Mário Vicente Siteo	Fundamentos da Contabilidade	Doutorado
Pedro Maciel Baltazar	Direito Empresarial	Doutorado
Damião Cardoso	Comércio Internacional	Doutorado
Mário Vicente Siteo	Contabilidade de Gestão	Doutorado
Joaquim Manjate	Negociação empresarial	Doutorado
Nelson Júlio Chacha	Empreendedorismo	Doutorado

Quadro 3 – Corpo docente do curso de Mestrado em Gestão de Empresas

Recursos materiais e financeiros

O Curso de Mestrado em gestão de empresas é auto-sustentável sendo integralmente financiado pelas propinas pagas pelos mestrandos. A infra-estrutura física, designadamente salas de aulas, incluindo anfiteatros; sala de docentes; instalações de serviços administrativos, convívio e desporto; laboratórios de informática; biblioteca está baseada no património do ISUTC, disponível no seu Complexo Pedagógico.

Programas temáticos dos módulos

Módulo:	Estratégia e Desenvolvimento Empresarial
Classificação	Nuclear
Ano	1
Semestre	1
HS	10
HCD	20
HEI	203
Créditos	7
Objectivos	No final da unidade curricular, os mestrandos devem ser capazes de: O objectivo da módulos de Estratégia e Desenvolvimento Empresarial é apresentar perspectivas, conceitos e instrumentos para uma participação eficaz no processo de gestão estratégica, com especial foco nas capacidades dinâmicas e o seu papel em diferentes fases e componentes da gestão estratégica.
Syllabus	<ul style="list-style-type: none"> – Fundamentos de estratégia; – A estratégia e o processo de gestão estratégica – Análise interna da organização; – Análise da envolvente externa; – Estratégias de negócio; – Estratégias corporativas; – Implementação da estratégia; – Controlo estratégico.
Avaliação	<ul style="list-style-type: none"> – Trabalhos de grupo: 40%; – Exame: 50%; – Participação individual: 10%.
Referências	<ul style="list-style-type: none"> – Barney, J. & Hesterley S. (2019) Strategic Management and Competitive Advantage: Concepts and Cases, 6th Edition, Pearson. – Grant, R. (2018) Contemporary Strategy Analysis (10th edition), Wiley. – Pearce, J. & Robison, R. (2013) Strategic Management, 13th Edition, MacGraw-hill Higher Education. – Breznik, L. & D. Hisrich, R. (2014) Dynamic Capabilities vs. innovation capability: are there related? Journal of Small Business and Enterprise Development, 21(3), pp. 368-384. – Cardeal, N. & António, N. (2012) Valuable, rare, inimitable resources and organisation (VRIO) or valuable, rare, inimitable resources (VRI) capabilities: what leads to competitive advantage? African Journal of Business Management, Volume 6, nº 37, pp. 10159-10170. – Eisenhardt, K. & Martin, J. (2000) Dynamic Capabilities: what are they? Strategic Management Journal, 21 (10-11), pp. 1105-1121. – Gebauer, H. (2011) Exploring the Contribution of management innovation to the evolution of dynamic capabilities. Industrial Marketing

	<p>Management, 40(8), pp. 1238-1250.</p> <p>Prange, C. & Verdier, S. (2011) Dynamic Capabilities, internationalisation processes and performance. <i>Journal of World Business</i>, 46(1), pp. 126-133.</p> <p>Riviere, M. & Suder, G. (2016) Perspectives on strategic internationalisation: developing capabilities for renewal. <i>International Business Review</i>, 25(4), pp. 847-858.</p> <p>Vários artigos selecionados anualmente.</p>
--	---

Quadro 4 – Programa temático do módulo de Estratégia e Desenvolvimento Empresarial

Módulo:	Marketing Empresarial
Classificação	Nuclear
Ano	1
Semestre	1
HS	10
HCD	20
HEI	156
Créditos	6
Objectivos	<ul style="list-style-type: none"> – Os mestrandos deverão poder relacionar enquadramentos conceptuais do <i>marketing</i> e da gestão de marcas a situações organizacionais reais, através de uma abordagem sistémica e integrada da gestão do <i>marketing mix</i> na criação de valor de forma apropriada e no contexto certo. O descrito acima é feito com um enfoque muito especial no papel das marcas nas economias contemporâneas; – Os mestrandos deverão mostrar competências na compreensão da complexidade do ambiente de negócios em mercados sofisticados e altamente competitivos devendo no processo produzir recomendações estratégicas de <i>marketing</i> relevantes; – Os mestrandos deverão desenvolver competências práticas de resolução de problemas, de forma profissional em contextos de incerteza e em geografias diferentes.
Syllabus	<ul style="list-style-type: none"> – <i>Marketing</i> e sua evolução; – Estratégia e sua evolução; – <i>Marketing plan</i>; – Estratégia de <i>Marketing</i>; – Análise SWOT; – Segmentação, <i>Targeting</i> e Posicionamento; – <i>Marketing Mix</i>; – Inovação de <i>marketing</i>.
Avaliação	<ul style="list-style-type: none"> – Trabalhos de grupo: 40%; – Exame: 50%; – Participação individual: 10%.

Bibliografia	<ul style="list-style-type: none"> – Hollensen, Svend (2015). Marketing Management: a relationship approach. 3rd. Edition. Pearson. (<i>Bibliografia Obrigatória</i>); – Palmatier, R. W., & Sridhar, S. (2017). Marketing strategy: Based on first principles and data analytics. Macmillan International Higher Education. (<i>Bibliografia Opcional</i>)
--------------	---

Quadro 5 – Programa temático do módulo de *Marketing* Empresarial

Módulo:	Métodos quantitativos
Classificação	Nuclear
Ano	1
Semestre	1
HS	10
HCD	20
HEI	156
Créditos	6
Objectivos	Pretende-se que os mestrandos, no final da unidade curricular, sejam capazes de aplicar a análise de dados univariada e multivariada a problemas concretos, em contextos empresariais e das instituições em geral.
Syllabus	<p>Análise exploratória preliminar dos dados.</p> <p>Testes de hipóteses paramétricos: teste t para uma média; teste t para duas médias; análise de variância simples.</p> <p>Testes de hipóteses não-paramétricos: teste de ajustamento de Kolmogorov-Smirnov; teste de independência do Qui-Quadrado; teste de Mann-Whitney; teste de Kruskal-Wallis.</p> <p>Regressão Linear: Simples e Múltipla</p> <p>Modelos com variável dependente binária: LOGIT and PROBIT</p>
Avaliação	<ul style="list-style-type: none"> – Trabalhos de grupo: 40%; – Exame: 50%; – Participação individual: 10%. <p>Obs.: Nos teste/trabalhos de grupo e no exame os mestrandos podem usar uma calculadora e uma folha com notas.</p>
Referências	<ul style="list-style-type: none"> – Hair Jr <i>et al.</i>, Multivariate data analysis: a global perspective, 7th ed, 2010. – McClave, James T., Benson, P. G. and Sincich, T. (2012), <i>Statistics for Business and Economics</i>, 12th edition. – Wooldridge, Jeffrey M. (2015), <i>Introductory Econometrics: A Modern Approach</i>, South-Western, 5th Edition. – José Dias Curto, José C. Pinto, Ana Morais and Isabel Lourenço (2011), "The heteroskedasticity-consistent covariance estimator in accounting", <i>Rev of Quant Finance and Accounting</i>, 37 (4), 427-449. – José Dias Curto and José C. Pinto (2011), "The Corrected VIF (CVIF)", <i>Journal of Applied Statistics</i>, 38 (7), 1499-1507.

	<ul style="list-style-type: none"> – José Dias Curto and José C. Pinto (2009), "The coefficient of variation asymptotic distribution in case of Non-iid random variables", Journal of Applied Statistics, Vol. 36, No. 1, 21-32. – José Dias Curto and José C. Pinto (2007), "New Multicollinearity indicators in linear regression models", Int. Statistical Review, 75 (1), 114-121.
--	--

Quadro 6 – Programa temático do módulo de Métodos quantitativos

Módulo:	Liderança e Gestão de Recursos Humanos
Classificação	Nuclear
Ano	1
Semestre	1
HS	10
HCD	20
HEI	156
Créditos	6
Objectivos	Após a conclusão dos módulos, os mestrandos deverão explicar as relações entre a liderança, a gestão de recursos humanos (GRH) e o desempenho organizacional, tendo por base a evidência disponível mais recente sobre este tópico e conceber estratégias capazes de estimular o desempenho sustentável em condições competitivas diferenciadas.
<i>Syllabus</i>	<ul style="list-style-type: none"> – Liderança, GRH e organizações: das práticas de gestão de pessoas à performance; – Liderança e promoção da performance: estilos, liderança transformacional e autêntica; – GRH e capacidades organizacionais: clima de serviço, coordenação relacional; – GRH e capacidades dinâmicas: promover a sustentabilidade através da ambidextria e da <i>mindfulness</i> organizacional.
Avaliação	<ul style="list-style-type: none"> – Trabalhos de grupo: 40%; – Exame: 50%; – Participação individual: 10%.
Referências	<ul style="list-style-type: none"> – Gittel, J. (2011). New direction for relational coordination theory. In Cameron & Spreitzer (Eds), The Oxford handbook of positive organizational scholarship. Oxford University Press. – Northouse, P. G. (2016). Leadership: Theory and practice (7th edition). London: Sage. – O'Reilly, C. A., & Tushman, M. L. (2004). The ambidextrous organization. Harvard Business Review, 82(4), 74-83. – Schneider, B. Macey, W. H., and Young, S. A. (2006). The climate of service: A review of the construct with implications for achieving CLV goals. Journal of Relationship Marketing, 5, 2/3, 111-132.

	<ul style="list-style-type: none"> – Thusman, M., Smith, W, and Binns, A. (2011). The ambidextrous CEO. Harvard Business Review, June, 75-80. – Weick, K. and Sutcliffe, K. (2015). Managing the unexpected: Sustained performance in a complex world. New Jersey: John Wiley & Sons.
--	---

Quadro 7 – Programa temático do módulo de Liderança e Gestão de Recursos Humanos

Módulo:	Logística e Operações
Classificação	Nuclear
Ano	1
Semestre	1
HS	15
HCD	30
HEI	173
Créditos	7
Objectivos	A presente unidade curricular pretende dar aos mestrandos uma aproximação integrada do planeamento e da gestão de operações e da logística, disponibilizando ferramentas racionais para análise e melhoria de processos.
Syllabus	<ul style="list-style-type: none"> – Introdução à Logística e à Gestão de Operações; – Da logística à Cadeia de Abastecimento e às redes de abastecimento; – Gestão de capacidade e procura; – <i>Lean Thinking</i> e <i>Lean Management</i>; – Sustentabilidade e Gestão de qualidade.
Avaliação	<ul style="list-style-type: none"> – Trabalhos de grupo: 40%; – Exame: 50%; – Participação individual: 10%.
Referências	<ul style="list-style-type: none"> – Heizer, J., Render, B., Munson, C. (2017) Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management, 12th Edition, Pearson. – Chopra, S., Meidl, P. (2016) Supply chain management: strategy, planning and operation, 6th Edition, Pearson.

Quadro 8 - Programa temático do módulo de Liderança e Gestão de Recursos Humanos

Módulo:	Seminários de investigação em gestão
Classificação	Nuclear
Ano	1
Semestre	1
HS	15
HCD	30
HEI	173
Créditos	7
Objectivos	No final da unidade curricular, os mestrandos devem ser capazes de:

	<ul style="list-style-type: none"> – Saber diferenciar: uma Dissertação, um Projecto Empresa, um Caso Pedagógico e um Plano de Negócios; – Perceber a filosofia que sustenta as escolhas e decisões a tomar na definição de uma posição de pesquisa; – Perceber as implicações metodológicas da escolha da "Filosofia da Ciência"; – Saber como seleccionar um problema de investigação e rever a literatura; – Saber como escrever uma proposta de investigação e um projecto de tese.
<i>Syllabus</i>	<ul style="list-style-type: none"> – Introdução - Diferenças entre o conhecimento científico e o senso comum; – Processos fundamentais de investigação; – Fases de investigação; – Revisão de literatura; – Formulação do problema; – Definição de objectivos de investigação; – Conceptualização das variáveis e das suas relações; – Recolha de dados; – Técnicas de recolha de dados; – Tratamento de informação secundária; – Investigação em ambiente organizacional; – Organização e redacção do relatório.
Avaliação	<ul style="list-style-type: none"> – Participação em aula: 20%; – Projecto de Tese: 80% (principal <i>output</i> do módulo:).
Referências	<ul style="list-style-type: none"> – Gravetter, Frederick J. & Forzano, Lori-Ann (2015) - Research Methods for the Behavioral Sciences, Cengage Learning, 5th Edition. – Privitera, Gregory (2016) Research Methods for the Behavioral Sciences, SAGE, 2th edition. – Thomas, Gary (2016) How to do your study, SAGE, 2nd edition.

Quadro 9 - Programa temático do módulo de Seminários de investigação em gestão

Módulo:	Estratégia Financeira da Empresa
Classificação	Nuclear
Ano	1
Semestre	2
HS	10
HCD	20
HEI	203
Créditos	7
Objectivos	No final da unidade curricular, os mestrandos devem ser capazes de: Pretende-se que os mestrandos, no final da unidade curricular, sejam capazes de entender e formular a estratégia financeira de uma empresa.
<i>Syllabus</i>	A. Financiamento, Crescimento e criação de valor: i. As políticas financeiras ao longo do ciclo de vida do negócio;

	<ul style="list-style-type: none"> ii. O financiamento da empresa em crescimento; iii. Crescimento criador de valor e crescimento sustentável; iv. Fontes de capital. <p>B. Mercados de capitais próprios:</p> <ul style="list-style-type: none"> i. <i>Private equity</i>; ii. <i>Friends, Fools & Family</i>; iii. <i>Business Angels</i>; iv. Capital de risco. <p>C. Mercados públicos de acções:</p> <ul style="list-style-type: none"> i. A decisão de dispersão do capital: processo, custos e benefícios; ii. Ofertas públicas iniciais (IPO); iii. O efeito subavaliação das IPO: causas e consequências; iv. A rentabilidade a longo prazo do investimento em IPO; v. Ofertas maduras; vi. <i>Warrants</i> e convertíveis. <p>D. Mercados de capitais alheios:</p> <ul style="list-style-type: none"> i. Opção entre mercados públicos e privados; ii. Obrigações; iii. Dívida intermediada; iv. Locação financeira; <p>E. Gestão Estratégica do Risco</p> <ul style="list-style-type: none"> i. Aversão ao risco, exposição ao risco e valor; ii. Gestão da exposição ao risco iii. Aspectos organizacionais
Avaliação	<ul style="list-style-type: none"> – Trabalhos de grupo: 40%; – Exame: 50%; – Participação individual: 10%.
Referências	<ul style="list-style-type: none"> – Richard A. Brealey, Stewart C. Myers, Franklin Allen (2007). <i>Principles of Corporate Finance</i>, 9th (ninth) Edition, Boston, published by McGraw-Hill. – Damodaran Stern, Aswath (2015). <i>Applied Corporate Finance</i>, 4th Edition, NJ, John Wiley & Sons, Inc.

Quadro 10 - Programa temático do módulo de Estratégia Financeira da Empresa

Módulo:	Contabilidade avançada
Classificação	Nuclear
Ano	1
Semestre	2
HS	10
HCD	20
HEI	156
Créditos	6

Objectivos	O objectivo geral do módulo é o desenvolvimento da análise crítica sobre matérias de relato financeiro internacional e a capacidade de resolução de problemas de relato financeiro nas empresas. Mais concretamente, os mestrandos adquirem competências técnicas relativas a: i) análise da informação financeira num contexto internacional; ii) reconhecimento e mensuração de operações do negócio relacionadas com a actividade operacional e a actividade financeira.
<i>Syllabus</i>	<ul style="list-style-type: none"> – Demonstrações financeiras; – Harmonização internacional do relato financeiro; – Reconhecimento de rédito; – Activos e passivos financeiros.
Avaliação	<ul style="list-style-type: none"> – Trabalhos de grupo: 40%; – Exame: 50%; – Participação individual: 10%.
Referências	<ul style="list-style-type: none"> – Alexander, David; Jorissen, Ann; Hoogendoorn, Carien van Mourik, Martin & Kirwan, Collette International Financial Reporting and Analysis (2020), 8th edition (e-book version), UK, Cengage Learning EMA. – IASB - International Financial Reporting Standards.

Quadro 11 - Programa temático do módulo de Contabilidade avançada

Módulo:	Sistemas de Informação de Gestão
Classificação	Nuclear
Ano	1
Semestre	2
HS	10
HCD	20
HEI	156
Créditos	6
Objectivos	<p>No final da unidade curricular, os mestrandos devem ser capazes de: Compreender os principais conceitos e instrumentos para a gestão da informação nas organizações. Especificamente:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Evidenciar a oportunidade do conhecimento sobre a infra-estrutura de informática necessária para a implantação de Sistemas de Informação; – Categorizar os diversos tipos de sistemas de informação operacionais e de gestão; – Enquadrar a importância do sistema de informação no processo de gestão das empresas; – Identificar as características desejáveis nos diversos níveis de sistemas de informação de gestão; – Conhecer uma metodologia para a implantação de sistemas de informação operacionais e de gestão na organização; – Elaborar um projecto de sistemas de informação para uma empresa.

Syllabus	<ul style="list-style-type: none"> – Introdução SIG; valor agregado; benefícios; – Classificação de Sistemas (Sistemas empresariais operacionais - básicos): SCM (cadeia de suprimentos); CRM; EAI (integração); ERP. – Classificação de Sistemas (Sistemas de informação de gestão): Workflow; BI; Data Warehouse; Data mart; Data mining; OLAP; ETL. – Classificação de Sistemas (Sistemas de apoio à decisão): What-if; Sensibilidade; Busca de metas; Optimização; IA. – Tecnologias actuais em sistemas de informação (Divisão da história da civilização; A revolução da informação; Convergência digital); – Tecnologias actuais em sistemas de informação [Computação móvel; Computação Pervasiva (ou ubíqua)]; – Tecnologias actuais em sistemas de informação (Computação Ubíqua); – Sistemas de Informação na Internet (M-Commerce; E-Commerce; E-Business; Computação na nuvem; SaaS; Web Services; Intranets / Extranets; Portais Corporativos); – Sistemas de Informação na Internet (Visão geral sobre segurança; Criptografia e comunicação segura); – Sistemas de Informação na Internet (Assinatura e certificado digital); – Implantação de um SIG (Modelos de Orçamento Capital): Payback; ROI; Relação Custo/Benefício; VPL; IL; TIR; – Implantação de um SIG (Decisões estratégicas): Análise de carteira; Técnica 6 chapéus; Modelo de pontuação; – Análise de viabilidade (Make or Buy); – Metodologias e fases de implantação de sistemas de informação; – Manutenção de <i>software</i>; – Gestão e governança de TI
Avaliação	<ul style="list-style-type: none"> – Trabalhos de grupo: 40%; – Exame: 50%; – Participação individual: 10%.
Referências	<ul style="list-style-type: none"> – Gordon, Steven R. Judith, R. (2011). Sistemas de Informação: uma abordagem gerencial, 3ª. Edição, Rio de Janeiro: LTC. – Laudon, Jane P. (2007). Sistemas de Informação Gerenciais: administrando a empresa digital, 7ª. Edição, São Paulo, Prentice Hall. – O'Brien, James A. (2003). Sistemas de Informação e as Decisões Gerenciais na Era da Internet, São Paulo, Saraiva. – Stair, Ralph M. Reynolds, George W. (2010). Princípios de Sistemas de Informação, 9ª. Edição, São Paulo, LTC. – Haberkorn, Ernesto. Teoria do ERP (1999). Enterprise resource Planning; 2ª. Edição; São Paulo, Makron Books.

Quadro 12 - Programa temático do módulo de Sistemas de Informação de Gestão

Módulo:	Governança Corporativa
Classificação	Nuclear
Ano	1
Semestre	2
HS	15
HCD	30
HEI	173
Créditos	7
Objectivos	<p>No final do módulo, os mestrandos devem ser capazes de aprofundar o conhecimento dos conceitos e práticas de Governança Corporativa num ambiente de crescente pressão por resultados financeiros, transparência, prestação de contas associada à pressão por práticas sustentáveis no ambiente de negócios. Este paradoxo em algumas situações pode levar a convergência ou a conflitos. Tendo como pano de fundo esta problemática, o módulo aprofunda o entendimento dos processos de tomada de decisão envolvendo as instâncias decisórias e de controlo da empresa e a moderna dinâmica do capitalismo. No essencial, o módulo relaciona os conceitos de Governança Corporativa, Sustentabilidade, Ética e suas implicações práticas no ambiente de negócios. Especificamente os objetivos são:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Caracterizar a natureza e os propósitos das organizações; – Apresentar a fundamentação teórica da Governança Corporativa; – Caracterizar o histórico, importância, conceitos, questões centrais e ferramentas de Governança Corporativa e a sua aplicação em diferentes tipos de organizações; – Integrar os fundamentos de Governança e Ética nos negócios com as práticas de gestão de empresas; – Caracterizar os processos de Governança Corporativa; – Discutir a evolução da Governança Corporativa em Moçambique.
Syllabus	<ul style="list-style-type: none"> – Apresentar a fundamentação teórica da Governança Corporativa; – Caracterizar o histórico, a importância, os conceitos, as questões centrais e ferramentas de Governança Corporativa e a sua aplicação em diferentes tipos de organizações; – Integrar os fundamentos de Governança e Ética nos negócios com as práticas de gestão de empresas; – Caracterizar os processos de Governança Corporativa; – Discutir a evolução da Governança Corporativa em Moçambique e as tendências.
Avaliação	<ul style="list-style-type: none"> – Trabalhos de grupo: 40%; – Exame: 50%; – Participação individual: 10%.
Referências	<ul style="list-style-type: none"> – Andrade, A e Rosseti, J.P. (2006). Governança Corporativa, SP, Editora Atlas.

	<ul style="list-style-type: none"> – Beachamp, T. L. & Bowie, N. E. (1988). Ethical Theory and Business. <i>Journal of Business Ethics</i> 7 (11), pp. 846-880 (1988). – Macamo, Iolanda (2016). Governação corporativa nas empresas do estado em Moçambique, Maputo, editado pelo Instituto de Governacao, Paz e Liderança. – Marco, Becht; Patrick, Bolton & Roell, Ailsa (2003). "Corporate governance and control," Handbook of the Economics of Finance, in: Constantinides, G.M. & Harris, M. & Stulz, R. M., (ed.), <i>Handbook of the Economics of Finance</i>, edition 1, volume 1, chapter 1, pp. 1-109. – Clarke T. (2007). International Corporate Governance, NY, Routledge. – Dienhart, John W. (2000). Business, Institutions and Ethics. NY, Oxford University Press. – Fama, Eugene F. & Jensen, Michael C. (1983). Separation of Ownership and Control, <i>Journal of Law and Economics</i>, Vol. 26, No. 2, pp. 301-325. – Shleifer, Andrei e Vishny, ROBERT W. (1997). A Survey of Corporate Governance. <i>Journal of Finance</i>, vol. 52, issue 2, pp. 737-83.
--	--

Quadro 13 - Programa temático do módulo de Governança Corporativa

Módulo:	Análise e Avaliação de Projectos
Classificação	Nuclear
Ano	1
Semestre	2
HS	10
HCD	20
HEI	156
Créditos	6
Objectivos	<p>Compreender as principais técnicas usadas na análise e gestão de projectos; Perceber como decidir sobre novos empreendimentos empresariais, usando as técnicas de análise de custos e benefícios para realizar novos investimentos; Entender o ciclo e diferentes aspectos da avaliação de um projecto; Perceber a importância da consideração dos aspectos ambientais na análise de projectos; Saber relacionar variáveis e informação para a tomada de decisões empresariais; Pesquisar usando técnicas modernas e recurso a <i>internet</i>; Analisar dados, informação e aplicação dos resultados na tomada de decisão.</p>
Syllabus	<ul style="list-style-type: none"> – O que é a gestão de projectos – Gestão de Projectos e Planeamento Estratégico – Ciclo de Vida de um Projecto – O que é a gestão de projecto por processos

	<ul style="list-style-type: none"> – Business Process Reengineering (BPR) como instrumento na gestão de projectos – Ferramentas para a criação de um projecto – Rede PERT – Mapa de Gantt
Avaliação	<ul style="list-style-type: none"> – Trabalhos de grupo: 40%; – Exame: 50%; – Participação individual: 10%.
Referências	<ul style="list-style-type: none"> – Contador, C. (1988). Avaliação Social de Projectos, Editora Atlas, 2ª Edição, São Paulo. – Curry, S & Weiss, J. (1993). Project Analysis in Developing Countries, NY, St. Martin Press. – Gittinger, P. (1997). Economic Analysis of Agricultural Projects, Cambridge, University Press. – Layard, R. & Glaister, S. (2000). Cost-Benefit Analysis, Cambridge, Cambridge University Press. – Menezes, C. (1987). Princípios de Gestão Financeira, 5ª Edição, Lisboa, Editorial Presença.

Quadro 14 - Programa temático do módulo de Governança Corporativa

Módulo:	Comportamento organizacional
Classificação	Opcional
Ano	-
Semestre	-
HS	8
HCD	16
HEI	133
Créditos	5
Objectivos	<p>No final da unidade curricular, os mestrandos devem ser capazes de:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Explicar o papel do gestor enquanto gestor de pessoas; – Explicar a importância estratégica das pessoas enquanto vantagem competitiva; – Identificar as aplicações da gestão de comportamento individual e de equipas de trabalho nas organizações; – Identificar e caracterizar processos psicossociais.
Syllabus	<p>A. Organizações</p> <ol style="list-style-type: none"> Natureza, âmbito e objetivos do CO Teorias das organizações Estruturas organizacionais Cultura organizacional <p>B. Indivíduos nas Organizações</p> <ol style="list-style-type: none"> Características e Aptidões Individuais: processos cognitivos, processos emocionais e comportamentos

	II. Motivação III. Atitudes no trabalho C. Grupos nas Organizações I. Tipos e características dos grupos II. Equipas de trabalho e trabalho em equipa III. Trocas sociais Relacionamento interpessoal e conflitos
Avaliação	– Trabalhos de grupo: 40%; – Exame: 50%; – Participação individual: 10%.
Referências	– Pina e Cunha, Miguel; Rego, Arménio; Campos e Cunha, Rita; Cabral-Cardoso, Carlos e Neves, Pedro (2016). Manual de Comportamento Organizacional e Gestão, 8ª. Edição, Lisboa, Editora RH. – Pina e Cunha, Miguel; Rego, Arménio; Campos e Cunha, Rita; Cabral-Cardoso, Marques, Carlos Alves (2015). Manual de Gestão de Pessoas e do Capital Humano, 3a. Edição, Lisboa, edições Sílabo.

Quadro 15 - Programa temático do módulo de Comportamento organizacional

Módulo:	Economia da empresa
Classificação	Opcional
Ano	-
Semestre	-
HS	15
HCD	30
HEI	173
Créditos	7
Objectivos	O objectivo principal do módulo consiste em fornecer aos mestrandos um conjunto de instrumentos que eles possam utilizar na sua actividade profissional, em particular na tomada de decisão empresarial. Para este efeito, estão seleccionados vários tópicos centrados no estudo dos mercados reais. A abordagem conceptual adoptada é derivada essencialmente do paradigma económico neoclássico, onde a ênfase é colocado na modelação formal da estrutura económica e na determinação dos incentivos económicos daí resultantes.
Syllabus	– Introdução à economia da empresa; – Concorrência perfeita, monopólio e poder de mercado; – Estrutura de mercado e concentração; medidas de concentração; – Teoria da empresa: a visão neoclássica da empresa e abordagens alternativas; – Decisões de preços: discriminação de preços e preços não lineares; – Modelos clássicos de oligopólio; Diferenciação do produto; – Entrada, barreiras à entrada e comportamento estratégico;

	<ul style="list-style-type: none"> – Aspectos dinâmicos da concorrência: a possibilidade de conluio; – Fusões; – Publicidade; – Restrições verticais; – O Estado e as empresas: política de concorrência e regulação económica.
Referências	<ul style="list-style-type: none"> – Cabral, Luís 1994 (1994). Economia Industrial, McGraw-Hill. – Barros, Pedro Pita (1998). Exercícios de Economia Industrial, McGraw-Hill, 1998. – Mata, José (2002). Economia da Empresa, 2ª Edição, Fundação Calouste. Gulbenkian. – Pepall, Lynne; Richards, Daniel e Norman, George (2005). Industrial Organization - Contemporary Theory & Practice, 3ª Edição, South-Western Thomson Learning.

Quadro 16 - Programa temático do módulo de Economia da empresa

Módulo:	Fundamentos da Contabilidade
Classificação	Opcional
Ano	-
Semestre	-
HS	8
HCD	16
HEI	133
Créditos	5
Objectivos	<p>No final da unidade curricular, os mestrandos devem ser capazes de:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Reconhecer a importância da informação contabilística no planeamento, gestão e controlo dos negócios; – Analisar o impacto das decisões operacionais e estratégicas na posição e desempenho financeiros; – Ler, compreender e interpretar o conteúdo das demonstrações financeiras; – Aplicar os conceitos fundamentais de contabilidade de gestão no processo de tomadas de decisões; – Compreender os princípios fundamentais da contabilidade de gestão e sua aplicação no contexto da gestão estratégica; – Aplicar os conceitos valor do dinheiro no tempo na formulação e resolução de problemas económicos e financeiros.
Syllabus	<ul style="list-style-type: none"> – Introdução à Contabilidade; – Demonstrações Financeiras Básicas; – Técnicas de Registo de Eventos e Transacções; – Elaboração das Demonstrações Financeiras; – Análise das Demonstrações Financeiras; – Introdução à Contabilidade de Gestão;

	<ul style="list-style-type: none"> – Conceitos e Técnicas da Contabilidade de Gestão; – Valor do Dinheiro no Tempo.
Avaliação	<ul style="list-style-type: none"> – Trabalhos de grupo: 40%; – Exame: 50%; – Participação individual: 10%.
Referências	<ul style="list-style-type: none"> – Rabaça, Brasiliano; Lopes, Rosa, Oliveira, Daniel; Pires, Rui, Malaquias, Rui Covane, Samuel (2020). Manual de Contabilidade. Teoria e Casos Práticos, 2ª. Edição, Escolar Editora. – Sangster, A. Wood, F. (2015). Business Accounting, 13th Edition. Pearson. – Horngren, C., Dartar, S. e Rajan, M. (2012). Cost Accounting: A Managerial Emphasis, 14th Edition. Prentice Hall. – Meneses, C. (2008). Análise Financeira, Lisboa, Editorial Presença. – Marchall, D., Mcmanus, W. e Viele, D. (2007). Accounting: What the Numbers Means. 7th Edition. MacGraw Hill International. – Hoque, Z. (2006). Strategic Management Accounting, 2nd ed. Pearson.

Quadro 17 - Programa temático do módulo de Fundamentos da Contabilidade

Módulo:	Direito Empresarial
Classificação	Opcional
Ano	-
Semestre	-
HS	8
HCD	16
HEI	133
Créditos	5
Objectivos	<p>No final da unidade curricular, os mestrandos devem ser capazes de:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Conhecer as particularidades do Direito Empresarial; – Saber o que são Actos de Comércio; – Compreender a relevância do Direito Empresarial na economia moçambicana; – Conhecer instituições intervenientes nessas transacções empresariais; – Conhecer os tipos societários existentes no ordenamento jurídico moçambicano e suas características; – Conhecer as particularidades do regime dos contratos comerciais, com relevo para o <i>leasing</i>, franquias, <i>know how</i>, agência, compra e venda mercantil, etc.; – Ter domínio sobre os contratos comerciais típicos; – Conhecer a Importância e funcionamento dos Títulos de Crédito
<i>Syllabus</i>	<ul style="list-style-type: none"> – Introdução ao Direito Empresarial; – Doutrina Comercial Geral; – Estatuto Geral dos Empresários Comerciais; – Empresa e Estabelecimento Comercial;

	<ul style="list-style-type: none"> – Sociedades Comerciais; – Contratação Mercantil; – Títulos de Crédito.
Referências	<ul style="list-style-type: none"> – Ascensão, José de Oliveira (1998). Direito Comercial - Institutos Gerais, Vol. 1, Lisboa, Editado pela Faculdade de Direito de Lisboa. – Ascensão, José de Oliveira (2000). Direito Comercial. Sociedades Comerciais: Parte Geral, Vol. IV, Lisboa, Editado pela Faculdade de Direito de Lisboa. – Coelho, Fábio Ulhoa (2011). Manual de Direito Comercial - Direito da Empresa, 13ª. Edição, SP, Editora Saraiva. – Cordeiro, António Menezes (2001). Manual de direito comercial. Vol. I, Coimbra, Edições Almedina SA. – Cordeiro, António Menezes (2004-2006). Manual de direito das sociedades, Vol. II, Coimbra, Edições Almedina SA. – Correia, A. Ferrer (1968). Lições de Direito Comercial, Vols. I, II, III (3 Volumes numa única encadernação), Coimbra, Editado pela Universidade de Coimbra. – Furtado, J. (2000). Títulos de Crédito: Letra, Livrança, Cheque. Coimbra, Edições Almedina SA. – Furtado, J. (2000). Títulos de Crédito: Letra, Livrança, Cheque. Coimbra, Edições Almedina SA. – Abreu, Jorge Manuel Coutinho (2001). Curso de Direito Comercial, Vol. I, Coimbra, Edições Almedina SA. – Guilherme Júnior, Manuel (2013). Manual de Direito Comercial Moçambicano, Vol. I, Maputo, Escolar Editora. – Moçambique. Decreto-lei nº 2/2005, de 27 de Dezembro de 2005. Código Comercial de Moçambique. – Moçambique. Decreto-lei nº 2/2009, de 24 de Abril) e outra a ser indicada nas aulas em função de cada tema.

Quadro 18 - Programa temático do módulo de Direito Empresarial

Módulo:	Comércio Internacional
Classificação	Opcional
Ano	-
Semestre	-
HS	8
HCD	16
HEI	133
Créditos	5
Objectivos	<p>No final da unidade curricular, os mestrandos devem ser capazes de:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Compreender os conceitos básicos e importância de Comércio internacional;

	<ul style="list-style-type: none"> – Entender as razões do comércio internacional, seu crescimento e sua importância; – Dominar a Geografia económica e do comércio internacional; – Mercados internacionais: informação histórica, económica e política de modo a poder apreciar o impacto destes factores nas oportunidades disponíveis no comércio contemporâneo; – Conhecer o ambiente internacional de comércio, a estrutura das instituições que definem as oportunidades das firmas: comércio internacional e teoria de investimentos, o sistema monetário internacional, a balança de pagamentos, o mercado das taxas de câmbio, o mercado global; – Compreender o mercado doméstico: a influência das leis, políticas e cultura nos negócios internacionais. A formulação de políticas de comércio e acordos de cooperação entre países; – Desafios de gestão estratégica do comércio internacional: modos de entrada em mercados internacionais com ênfase nas alianças estratégicas, formas internacionais de organização, comportamento em diferentes culturas e controle internacional; – Gestão de negócios específicos de comércio internacional: gestão de mercados, operações, finanças, contabilidade e recursos humanos.
<i>Syllabus</i>	<ul style="list-style-type: none"> – A rota da Seda – Teorias e Modelos do comércio internacional – Regulamentação do comércio internacional – Lista de organismos governamentais com estudos sobre o comércio Internacional por país – GlobalTrade – Balança Comercial – Porque é a globalização importante para os gestores? – Globalização versus Regionalização à escala mundial – Formas de regionalização – O sucesso das pequenas e médias empresas (PME) num mundo plano – Incoterms: principais características – O ambiente económico mundial após a OMC (Organização Mundial do Comércio) – Prepare-se para trabalhar lá fora – Mentalidade de silo, incompatível com empresas internacionais – Somos empreendedores – Distribuição e logística: importância no comércio internacional – Que Países escolher para localizar unidades produtivas – O que é a dupla tributação internacional – O International Accounting Standards Board (IASB) e as Normas Internacionais de Contabilidade (NIC)

	<ul style="list-style-type: none"> – Como preparar a internacionalização de uma empresa – Formas de entrada em mercados estrangeiros
Avaliação	<ul style="list-style-type: none"> – Trabalhos de grupo: 40%; – Exame: 50%; – Participação individual: 10%.
Referências	<ul style="list-style-type: none"> – Griffin, Ricky W.; Pustay, Michael & Pustay, Mike W. (2020). International Business: A Managerial Perspective, Global Edition, 9th Edition, USA, Addison Wesley Publishing Company Inc. – Kotler, Philip e Gary, Armstrong (1995). Princípios de Marketing, 12ª Edição, SP, LTC. – <u>Levicki</u>, Cyril. (2003). The Interactive Strategy Workout. Analyze and Develop the Fitness of your Business, 3rd edition, London, Prentice Hall.

Quadro 19 - Programa temático do módulo de Negócios Internacionais

Módulo:	Empreendedorismo
Classificação	Opcional
Ano	-
Semestre	-
HS	8
HCD	16
HEI	133
Créditos	5
Objectivos	<p>No final da unidade curricular, os mestrandos devem ser capazes de:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Compreender o papel do empreendedorismo na criação e desenvolvimento de negócios; – Conceber uma ideia de negócio e elaborar projectos da sua implementação; – Aplicar as técnicas apropriadas de gestão de recursos e informação apropriadas para cada uma das fases de desenvolvimento do negócio.
<i>Syllabus</i>	<ul style="list-style-type: none"> – Perspectiva Empreendedora – Criatividade e Ideias de Negócios – Desenho Concepção de Novos empreendimentos – Gestão e Desenvolvimento dos novos empreendimentos
Avaliação	<ul style="list-style-type: none"> – Trabalhos de grupo: 40%; – Exame: 50%; – Participação individual: 10%.
Referências	<ul style="list-style-type: none"> – Robert D. Hisrich; Michael P. Peters; Dean A. Shepherd (2017). Entrepreneurship, Tenth Edition, NY, McGraw-Hill Education. – Rwigema Henry & Venter, Robert (2004). Advanced Entrepreneurship, Cape Town, Oxford University Press Southern Africa.

	<ul style="list-style-type: none"> – Wheelwright, Steven C. & Clark, Kim B. (1992c). Revolutionizing product development: quantum leaps in speed, efficiency, and quality, Toronto, Maxwell Macmillan Canada. – Aidar, Marcelo Marinho (2007). Empreendedorismo, SP, Thomson Learning. – Barros, Aluizio Antônio e Pereira, Cláudia Maria Miranda de Araújo (2008). Empreendedorismo e Crescimento Econômico: uma Análise Empírica, Revista de Administração Contemporânea (RAC), 12(4), pp. 975-993. 2008. Disponível em https://www.researchgate.net/publication/250993059_Empreendedorismo_e_crescimento_economico_Uma_analise_empirica. Acesso em 13-01-2022. – Belluzzo, L.G. (2006). As transformações da economia capitalista no pós-guerra e a origem dos desequilíbrios globais. <i>Política Econômica em Foco</i> (Campinas: IE/UNICAMP.) 7, pp. 24-41.
--	--

Quadro 20 - Programa temático do módulo de Empreendedorismo

Módulo:	Negociação empresarial
Classificação	Opcional
Ano	-
Semestre	-
HS	8
HCD	16
HEI	133
Créditos	5
Objectivos	<p>No final da unidade curricular, os mestrandos devem ser capazes de:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Identificar e definir as manifestações da intolerância, as raízes dos preconceitos e dos estereótipos culturais que conduzem ao conflito; – Reconhecer o contexto histórico do surgimento da intolerância e as suas principais características; – Conhecer os princípios, os modelos e a metodologia da negociação e resolução de conflitos; – Analisar as fronteiras da negociação e modelar soluções no contexto da gestão de empresas; – Conhecer as principais técnicas de negociação de contratos.
Syllabus	<ul style="list-style-type: none"> – Leitura antropológica e sociológica do conflito; – Raízes dos preconceitos e estereótipos culturais; – Contexto histórico o surgimento da intolerância e suas principais características; – As questões psicológicas ligadas a intolerância; – Conflitos: definições e caracterização;

	<ul style="list-style-type: none"> – Conflitos no contexto da gestão de empresas; – A negociação como método de resolução de conflitos; – Negociação de contratos e suas principais técnicas.
Avaliação	<ul style="list-style-type: none"> – Trabalhos de grupo: 40%; – Exame: 50%; – Participação individual: 10%.
Referências	<ul style="list-style-type: none"> – Arendt, H. (1990). As Origens do Totalitarismo. Cia. das Letras. São Paulo; – De Bono, E. (1991). Conflicts: A Better Way to Resolve Them. Penguin Books. N. York.; – Finnemore, M. (1997). Introduction to Labour Relations in South Africa. 5 th Ed. Revised. Butterworth's. Durban; – Kennedy, G. (1987). Managing Negotiations. 3rd ed. Hutchinson. London; – Khell, T. W. (1999). The Keys to Conflict Resolution; – Walzer, M. (1999). Da Tolerância. Martins Fontes. São Paulo.

Módulo:	Contabilidade de gestão
Classificação	Opcional
Ano	-
Semestre	-
HS	8
HCD	16
HEI	133
Créditos	5
Objectivos	<p>No final da unidade curricular, os mestrandos devem ser capazes de:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Reconhecer a importância da informação contabilística no planeamento, gestão e controlo dos negócios; – Analisar o impacto das decisões operacionais e estratégicas na posição e desempenho financeiros; – Ler, compreender e interpretar o conteúdo das demonstrações financeiras; – Aplicar os conceitos fundamentais de contabilidade de gestão no processo de tomadas de decisões; – Compreender os princípios fundamentais da contabilidade de gestão e sua aplicação no contexto da gestão estratégica; – Aplicar os conceitos Valor do Dinheiro no Tempo na formulação e resolução de problemas económicos e financeiros.
Syllabus	<ul style="list-style-type: none"> – Introdução à Contabilidade; – Demonstrações Financeiras Básicas; – Técnicas de Registo de Eventos e Transacções; – Elaboração das Demonstrações Financeiras; – Análise das Demonstrações Financeiras;

	<ul style="list-style-type: none"> – Introdução à Contabilidade de Gestão; – Conceitos e Técnicas da Contabilidade de Gestão; – Valor do Dinheiro no Tempo.
Avaliação	<ul style="list-style-type: none"> – Trabalhos de grupo: 40%; – Exame: 50%; – Participação individual: 10%.
Referências	<ul style="list-style-type: none"> – Horngren, C., Dartar, S. e Rajan, M. (2012). Cost Accounting: A Managerial Emphasis, 14th Edition. Prentice Hall; – Hoque, Z. (2006). Strategic Management Accounting, 2nd ed. Pearson; – Lopes, C. <i>et al.</i> (2011). Manual de Contabilidade: Teoria e Casos Práticos. Escolar Editora; – Marchall, D., MC-Manus, W. e Viele, D. (2007). Accounting: What the Numbers Means. 7th Edition. MacGrawHill International; – Meneses, C. (2008): Análise Financeira. Lisboa – Editorial Presença; – Ross, S; Westerfield, RW; Jordan, BD e Firer, C (2001): Fundamentals of Corporate Finance. 2nd (SA) Edition. Sydney - McGraw-Hil; – Sangster, A. Wood, F. (2015). Business Accounting, 13th Edition. Pearson

CONCLUSÃO

A unidade sobre conclusão salienta, sistematicamente, os pontos essenciais representativos do Curso de mestrado em gestão de empresas do ISUTC. Assim, o curso enquadra-se na missão do Departamento de Programas de Pós-graduação, em linha com a missão do ISUTC, que em simultâneo é o seu ADN, neste sentido, inspirando-o para a sua concretização, através da oferta do Curso de mestrado em gestão de empresas, nas vertentes de mestrado académico e de mestrado profissionalizante, como oportunidade de desenvolvimento profissional, em termos de perfil de conhecimentos; competências e habilidades na área de gestão, destinando-se a todos os graduados em áreas de gestão e afins, e em outras áreas exercendo, activamente, as funções de gestão ou com interesse. Este quadro, ao mesmo tempo, suporta a relevância do curso *ante* os novos desafios que actualmente se colocam à gestão das organizações. O Mestrado em gestão de empresas do ISUTC proporciona aos seus graduados um perfil ocupacional geral que compreende aptidões empreendedoras para exercer todo o processo da gestão organizacional e realizar análise económica de qualquer empreendimento em qualquer sector de actividade económica; aptidões para prosseguir estudos de pós-graduação a níveis mais elevados; aptidões para trabalhar em organizações e/ou empresas, de qualquer actividade económica e social,

desde instituições do governo a empresas de produção de bens e serviços, bem como em organizações não-governamentais. A culminação de curso contempla duas modalidades (nos termos da lei), designadamente dissertação de mestrado e trabalho de projecto, para o mestrado académico e mestrado profissionalizante respectivamente. Prevê, ainda, uma área de concentração “gestão de empresas”, agregando cinco linhas de pesquisa: gestão estratégica; finanças empresariais e contabilidade; mercados e geração de valor; comportamento organizacional e gestão de recursos humanos; e desempenho e competitividade organizacional. O curso tem duração de 24 e 18 meses lectivos, estruturando-se em 3 semestres de aquisição de conhecimentos; habilidades; aplicação de conhecimentos e habilidades e 1 semestre de aplicação de conhecimentos e habilidades (dissertação) – *no mestrado académico*; e 2 semestres de aquisição de conhecimentos; habilidades; aplicação de conhecimentos e habilidades e 1 semestre de elaboração do Trabalho de projecto – *no mestrado profissionalizante*, perfazendo 120 e 98 créditos académicos respectivamente. O curso será operacionalizado através da oferta de 16 módulos, sendo 13 nucleares (dissertação incluída) e 3 opcionais no mestrado académico, e 14 módulos, sendo 12 nucleares (Trabalho de projecto incluído) e 2 opcionais no mestrado profissionalizante. Finalmente, como essencial na filosofia de ensino, as estratégias são centradas no mestrando (métodos activos de aprendizagem) e o levam a construção do conhecimento.

REFERÊNCIAS

- Instituto Superior de Transportes e Comunicações. Reitoria. *Brochura da Sessão solene comemorativa dos 15 anos do ISUTC*, 19-10-2015.
- Moçambique, Decreto 87/2018, de 28 de Dezembro. *Estatutos do Instituto Superior de Transportes e Comunicações*. Boletim da República 254, I SÉRIE, 28-12-2018.
- Premugy, Cassamo I. C. (2012). *Colectânea de Legislação do Ensino Superior*, Maputo, Editado pelo Ministério da Educação.