

1. Caracterização geral do ciclo de estudos

1.1. Instituição de Ensino Superior:

Universidade Nova De Lisboa

1.1.a. Instituições de Ensino Superior (em associação) (artigo 41.º e seguintes do Decreto-Lei n.º 74/2006, de 24 de março, na redação dada pelo Decreto-Lei n.º 65/2018, de 16 de agosto e aditada pelo Decreto-Lei n.º 27/2021, de 16 de abril):

[sem resposta]

1.1.b. Outras Instituições de Ensino Superior (estrangeiras, em associação) (artigo 41.º e seguintes do Decreto-Lei n.º 74/2006, de 24 de março, na redação dada pelo Decreto-Lei n.º 65/2018, de 16 de agosto e aditada pelo Decreto-Lei n.º 27/2021, de 16 de abril):

[sem resposta]

1.1.c. Outras Instituições (em cooperação) (artigo 41.º e seguintes do Decreto-Lei n.º 74/2006, de 24 de março, na redação dada pelo Decreto-Lei n.º 65/2018, de 16 de agosto e aditada pelo Decreto-Lei n.º 27/2021, de 16 de abril. Vide artigo 6.º do Decreto-Lei n.º 133/2019, de 3 de setembro, quando aplicável):

[sem resposta]

1.2. Unidade orgânica (faculdade, escola, instituto, etc.):

Instituto Superior De Estatística E Gestão De Informação

1.2.a. Identificação da(s) unidade(s) orgânica(s) da(s) entidade(s) parceira(s) (faculdade, escola, instituto, etc.) (proposta em associação). (Decreto-Lei n.º 74/2006, de 24 de março, na redação conferida pelo Decreto-Lei n.º 65/2018, de 16 de agosto, alterado pelo Decreto-Lei n.º 27/2021 de 16 de abril):

[sem resposta]

1.3. Designação do ciclo de estudos (PT):

Inovação e Empreendedorismo baseados em Dados

1.3. Designação do ciclo de estudos (EN):

Data Driven Innovation and Entrepreneurship

1.4. Grau (PT):

Mestre

1.4. Grau (EN):

Master

1.5. Área científica predominante do ciclo de estudos. (PT)

Empreendedorismo e Inovação Tecnológica

1.5. Área científica predominante do ciclo de estudos. (EN)

Entrepreneurship and Technological Innovation

1.6.1. Classificação CNAEF – primeira área fundamental

[0345] Gestão e Administração - Ciências Empresariais - Ciências Sociais, Comércio e Direito

1.6.2. Classificação CNAEF – segunda área fundamental, se aplicável

[0347] Enquadramento na Organização/Empresa - Ciências Empresariais - Ciências Sociais, Comércio e Direito

1.6.3. Classificação CNAEF – terceira área fundamental, se aplicável

[sem resposta]

1.7. Número de créditos ECTS necessário à obtenção do grau. (PT)

60.0

1.8. Duração do ciclo de estudos.

1 ano

1.8.1. Outra

[sem resposta]

1.9. Número máximo de admissões proposto

30.0

1.10. Condições específicas de ingresso. (PT)

São consideradas as condições de ingresso definidas na legislação em vigor, acrescidas das seguintes condições específicas:

Titulares do grau de licenciatura

Domínio da língua inglesa

Experiência profissional mínima de 5 anos, relevante na área de formação do curso ou áreas conexas

Os candidatos que reúnam as condições de natureza académica e curricular expressas acima serão selecionados e seriados tendo em atenção os seguintes critérios: duração e tipo de experiência profissional, classificação da licenciatura, motivação apresentada pelos candidatos e, eventualmente, uma entrevista, onde se aferirá, para além de outros aspetos, o domínio da língua inglesa

Serão admitidos, preferencialmente, executivos, dirigentes e quadros médios das áreas de Gestão de Informação, Ciência de Dados, Gestão de Sistemas e Tecnologias de Informação, Economia, Gestão de Empresas, Marketing, Engenharia e Ciência da Computação, que pretendam aprofundar competências técnicas de Inovação e Empreendedorismo

1.10. Condições específicas de ingresso. (EN)

The access conditions defined in the legislation in force are taken into account, plus the following specific conditions:

Holders of a bachelor's degree

Proficiency in English;

Relevant professional experience of at least 5 years in the field of training of the course or in related fields

Candidates who meet the above academic and curricular requirements will be selected and ranked on the basis of the following criteria: length and type of professional experience, course classification, motivation presented by the candidates and, possibly, an interview, which will assess their command of the English language, among other aspects

Preferably executives, managers and middle managers who want to deepen their technical skills in the area of and Information Management, Data Science, Management of Information Systems and Technologies, Economics, Business Management, Marketing, Engineering and Computer Science, who wish to deepen their technical skills in Innovation and Entrepreneurship.

1.11. Modalidade do ensino

Presencial

1.11.1 Regime de funcionamento, se presencial

Pós-laboral

1.11.1.a Se outro, especifique. (PT)

[sem resposta]

1.11.1.a Se outro, especifique. (EN)

[sem resposta]

1.12. Local onde o ciclo de estudos será ministrado (se aplicável). (PT)

Nova Information Management School (NOVA IMS)

1.12. Local onde o ciclo de estudos será ministrado (se aplicável). (EN)

Nova Information Management School (NOVA IMS)

1.13. Regulamento de creditação de formação académica e de experiência profissional, publicado em Diário da República

[Regulamento_Creditação Competências Formação e Experiência Profissional.pdf](#)

1.14. Tipo de atribuição do grau ou diploma

null

1.15. Observações. (PT)

No âmbito deste novo ciclo de estudos, a NOVA IMS iniciou o processo de estabelecimento de protocolos de cooperação, com as seguintes empresas que serão parceiras neste mestrado executivo:

- AEIL - Associação para a Inovação e Empreendedorismo de Lisboa
- Lince Capital
- Grupo IMPRESA
- 3cket
- DareData Engineering

No entanto, é importante destacar que, devido à complexidade hierárquica das entidades envolvidas, não foi possível obter atempadamente a assinatura de todos os protocolos, tendo-se conseguido formalizar até ao momento 1 protocolo (3cket e DareData Engineering). Contudo, no ponto 11, estão listados todos os protocolos elaborados para este efeito, 2 assinados, e 3 que se encontram em fase de assinatura pelas entidades mencionadas. Esperamos, pois, ter os protocolos disponíveis no prazo de 3 semanas, pelo que muito agradecemos que nos solicitem novamente a documentação em questão após decorrido este prazo. Note-se que, para além da colaboração na definição do currículo do curso, estas empresas terão uma contribuição significativa para o programa, através de participações regulares em unidades curriculares e/ou seminários e workshops; e através de propostas de desafios, estudos de caso e projetos aplicados à realidade empresarial, aos estudantes, para a realização dos projetos finais de mestrado.

A participação das empresas parceiras é de extrema importância para o sucesso do novo ciclo de estudos, garantindo que os alunos recebem uma formação de alta qualidade, com forte orientação profissionalizante e relevância para o mercado de trabalho. Em particular, destacamos os seguintes benefícios desta colaboração:

- Currículo atualizado e relevante: as empresas têm a possibilidade de colaborar na definição do currículo do curso, garantindo que o conteúdo esteja atualizado e relevante para as necessidades do mercado de trabalho;
- Os projetos finais possuem impacto real: as empresas propõem desafios, casos práticos e estudos de caso para os projetos finais de curso. Isto garante que os projetos sejam originais, relevantes e com potencial de impacto real nas empresas, permitindo ao mesmo tempo que os alunos apliquem o conhecimento teórico à prática e desenvolvam uma visão mais profunda do mercado de trabalho.
- Possibilidade de networking: os alunos têm a oportunidade de interagir com profissionais de diferentes áreas durante seminários, workshops e outras atividades, facilitando o networking e oportunidades de colaboração futuras.

1.15. Observações. (EN)

Within this new study cycle, NOVA IMS has initiated the process of establishing cooperation protocols with the following entities that will be partners in this executive master's program :

- AEIL - Lisbon Association for Innovation and Entrepreneurship
- Lince Capital
- IMPRESA Group
- 3cket
- DareData Engineering

However, it is important to highlight that, due to the hierarchical complexity of the involved entities, it was not possible to obtain the signatures of all protocols in a timely manner, and we have been able to formalize 2 protocols so far (3cket and DareData Engineering).

Nonetheless, in the number 11, all drafted protocols are listed, 2 signed and 3 protocols that are currently in the process of being signed by the mentioned entities. We therefore hope to have the protocols available within three weeks, so we would be grateful if you could contact us again for the relevant documents after this deadline has passed.

Please note that, in addition to collaborating in defining the curriculum, these companies will have a significant contribution to the program, through regular participation in curricular units and/or seminars and workshops; and through challenge proposals, case studies and projects applied to business reality, to students, to develop their final master's projects.

The participation of the partner companies is extremely important for the success of the new cycle of studies, ensuring that students receive high quality training, with a strong vocational orientation and relevance to the labour market. In particular, we highlight the following benefits of this collaboration:

- Up-to-date and relevant curriculum: companies have the opportunity to collaborate in defining the course curriculum, ensuring that the content is up-to-date and relevant to the needs of the labour market;
- Final projects have real impact: companies propose challenges, practical cases and case studies for the final course projects. This ensures that the projects are original, relevant and have the potential to have a real impact on companies, while allowing students to apply theoretical knowledge to practice and develop a deeper insight into the labour market.

- Networking opportunities: students have the chance to interact with professionals from different fields during seminars, workshops and other activities, facilitating networking and future collaboration opportunities.

2. Formalização do Pedido

Mapa I - NOVA IMS Scientific Council

Órgão ouvido:

NOVA IMS Scientific Council

Cópia de ata (ou extrato de ata) ou deliberação deste órgão assinada e datada:

[Ata_CC_01_20240115 - Extrato 2 vf signed.pdf](#) | PDF | 98.6 Kb

Mapa I - NOVA IMS Pedagogical Council

Órgão ouvido:

NOVA IMS Pedagogical Council

Cópia de ata (ou extrato de ata) ou deliberação deste órgão assinada e datada:

[ataCP_01_11032024.pdf](#) | PDF | 73.3 Kb

Mapa I - Rector Dispatch

Órgão ouvido:

Rector Dispatch

Cópia de ata (ou extrato de ata) ou deliberação deste órgão assinada e datada:

[Despacho_Reitoral27_M_Inovação e Empreendedorismo baseados em Dados.pdf](#) | PDF | 230.9 Kb

3. Âmbito e objetivos do ciclo de estudos

3.1. Objetivos gerais definidos para o ciclo de estudos (PT)

O programa de Mestrado Executivo é projetado para um público diversificado, incluindo candidatos a empreendedores, e a pessoas que consideram uma mudança de carreira para o mundo empresarial.

Para empreendedores e start-ups:

- Desenvolvimento global de competências.
- Oportunidades de networking:
- Aplicação no mundo real

Para empreendedores e Empresas:

- Pensamento disruptivo
- Transformação Estratégica
- Inovação Corporativa

Para executivos em mudança de profissão

- Venture Navigation
- Liderança em Start-up
- Business Launchpad

Conscientes, contudo, de que um curso desta natureza apresenta desafios distintos daqueles encontrados nos mestrados tradicionais, garantir-se-á um acompanhamento personalizado aos estudantes deste mestrado executivo, assegurado por um profissional recrutado para este efeito, e o apoio constante do corpo docente do mestrado e das empresas parceiras na realização do trabalho final de projeto.

3.1. Objetivos gerais definidos para o ciclo de estudos (EN)

The Executive Master's programme is designed for a diverse audience, including aspiring entrepreneurs, and people considering a career change to the business world.

For entrepreneurs and start-ups:

- Global skills development.
- Networking opportunities:
- Real-world application

For entrepreneurs and companies:

Apresentação do pedido | Novo ciclo de estudos

- Disruptive thinking
- Strategic transformation
- Corporate Innovation

For executives changing professions

- Venture Navigation
- Start-up Leadership
- Business Launchpad

Aware, however, that a program of this nature presents different challenges from those encountered in traditional master's degrees, students on this executive master's will be guaranteed personalized support from a professional recruited for this purpose, and constant support from the master's teaching staff and partner companies in carrying out the final project work.

3.2. Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências) a desenvolver pelos estudantes. (PT)

O objetivo geral da aprendizagem inclui:

- *Reconhecimento de oportunidades e criação de ideias – Aperfeiçoar os conhecimentos de conceção e estimular abordagens orientadas por dados para capitalizar as tendências de mercados emergentes em projetos empresariais.*
- *Estratégia e Crescimento - Desenhar estratégias de crescimento direcionadas para projetos orientados por dados, compreender as complexidades do capital de risco, design de modelos de negócios e o seu contributo para o crescimento sustentável.*
- *Financiamento de uma iniciativa empreendedora - Adquirir literacia financeira para endereçar os desafios dos projetos empresariais.*
- *Comportamento do Consumidor e Marketing Digital - Desenvolver conhecimentos em táticas de marketing digital, aplicando estratégias orientadas por dados e adquirindo competências de ciência comportamental que permitam adequar a oferta da empresa ao mercado em constante mudança.*

3.2. Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências) a desenvolver pelos estudantes. (EN)

The overall learning objective include:

- *Opportunity Recognition and Ideation - Refine design skills and stimulate data-driven approaches to capitalise on emerging market trends in entrepreneurial projects.*
- *Strategy and Growth - Designing targeted growth strategies for data-driven projects, understanding the complexities of venture capital, business model design and their contribution to sustainable growth.*
- *Financing an entrepreneurial initiative - Acquire financial literacy to address the challenges of entrepreneurial projects.*
- *Consumer Behaviour and Digital Marketing - Develop knowledge of digital marketing tactics, applying data-driven strategies and acquiring behavioural science skills to adapt the company's offer to the ever-changing market.*

3.3. Justificar a adequação do objeto e objetivos do ciclo de estudos à modalidade do ensino e, quando aplicável, à percentagem das componentes não presencial e presencial, bem como a sua articulação. (PT)

A modalidade de ensino presencial para o ciclo de estudos em apreciação é justificada pela natureza prática e interativa dos objetivos e do conteúdo programático proposto, considerando que esta modalidade permite uma aprendizagem mais dinâmica, favorecendo a compreensão aprofundada dos conceitos e promovendo uma participação ativa em discussões e atividades práticas.

O ensino presencial possibilita a imersão total dos estudantes no ambiente académico, proporcionando não apenas a troca de ideias entre os participantes, mas também a oportunidade de interagir diretamente com os diversos oradores, criando ambiente propício para o networking.

Para mais, a presença física dos estudantes em sala de aula facilita o acesso imediato a recursos práticos, laboratórios, bibliotecas e outras instalações que enriquecem a experiência educacional.

3.3. Justificar a adequação do objeto e objetivos do ciclo de estudos à modalidade do ensino e, quando aplicável, à percentagem das componentes não presencial e presencial, bem como a sua articulação. (EN)

The face-to-face teaching method for the study cycle in question is justified by the practical and interactive nature of the objectives and syllabus proposed, considering that this method allows for more dynamic learning, favoring an in-depth understanding of concepts and promoting active participation in discussions and practical activities.

Face-to-face teaching allows students to be fully immersed in the academic environment, providing not only an exchange of ideas between participants, but also the opportunity to interact directly with the various speakers, creating an environment conducive to networking.

Apresentação do pedido | Novo ciclo de estudos

Furthermore, the physical presence of students in the classroom facilitates immediate access to practical resources, laboratories, libraries, and other facilities that enrich the educational experience.

3.4. Justificar a inserção do ciclo de estudos na estratégia institucional de oferta formativa, face à missão institucional e, designadamente, ao projeto educativo, científico e cultural da instituição. (PT)

A incorporação do presente programa de estudos na oferta formativa da NOVA IMS é parte integrante de uma estratégia abrangente e global delineada pela instituição, de introdução de um conjunto de mestrados executivos, com a duração de um ano e 60 ECTS, apoiados por parcerias empresariais. Tal estratégia representa uma extensão significativa à oferta formativa da NOVA IMS, alinhando-se de forma coerente com a missão institucional da universidade. A proposta do presente mestrado executivo contribui para a realização dos objetivos estratégicos da instituição, refletindo um compromisso com a excelência académica, inovação e relevância para a sociedade e o mundo empresarial.

A missão da NOVA IMS consiste em promover a educação, investigação e transferência de conhecimento, visando a formação de profissionais capacitados para enfrentar desafios contemporâneos. Através de abordagens inovadoras de ensino, investigação de vanguarda e colaborações multidisciplinares, procura criar valor acrescentado para a sociedade, desenvolvendo soluções tangíveis e sustentáveis para os desafios do mundo real.

No âmbito deste mestrado, a NOVA IMS encontra-se em processo de estabelecimento de protocolos de cooperação com as seguintes empresas parceiras: AEIL, Lince Capital, Grupo IMPRESA, 3cket e DareData Engineering, tendo obtido, até ao momento, a assinatura de dois protocolos de cooperação (3cket e DareData Engineering), estando os restantes em fase de assinatura. Estas empresas terão uma contribuição significativa para o programa, através das seguintes ações:

Colaboração na definição do currículo;

Participação em unidades curriculares;

Proposta de desafios, estudos de caso e projetos aplicados à realidade empresarial para os projetos finais do mestrado;

Participação em seminários e workshops

Estas parcerias, aliadas à inclusão de um trabalho final de projeto que responde a desafios reais das empresas parceiras, confere um caráter distintivo a este mestrado executivo, promovendo a aplicação prática do conhecimento adquirido e proporcionando aos estudantes uma experiência enriquecedora e relevante para o mercado de trabalho. Esta abordagem hands-on para além de enriquecer a experiência educacional, estabelece também pontes sólidas entre a academia e o mundo empresarial, alinhando-se com a missão da NOVA IMS de contribuir para o desenvolvimento da sociedade.

Ao mesmo tempo fortalece a posição da NOVA IMS como uma instituição de ensino comprometida em oferecer programas educacionais relevantes e atualizados. Ao adotar a duração de um ano e 60 ECTS para estes mestrados executivos, a NOVA IMS demonstra flexibilidade e adaptabilidade à dinâmica atual do ensino superior, possibilitando aos alunos uma formação num período de 12 meses e em horário pós-laboral, conciliável com as suas responsabilidades profissionais.

3.4. Justificar a inserção do ciclo de estudos na estratégia institucional de oferta formativa, face à missão institucional e, designadamente, ao projeto educativo, científico e cultural da instituição. (EN)

The incorporation of this study program into NOVA IMS' training offer is an integral part of a comprehensive and global strategy outlined by the institution to introduce a set of executive master's degrees, with one-year duration and 60 ECTS, supported by business partnerships. This strategy represents a significant extension to NOVA IMS' educational offer, in line with the university's institutional mission. The proposal for this executive master's degree contributes to achieving the institution's strategic objectives, reflecting a commitment to academic excellence, innovation and relevance to society and the business world.

NOVA IMS' mission is to promote education, research, and knowledge transfer, aiming to train professionals capable of facing contemporary challenges. Through innovative teaching methods, cutting-edge research, and multidisciplinary collaborations, it seeks to create added value for society by developing tangible and sustainable solutions for real-world challenges.

Within the scope of this master's degree, NOVA IMS is in the process of establishing cooperation protocols with the following partner companies: AEIL - Associação para a Inovação e Empreendedorismo de Lisboa, Lince Capital, Grupo IMPRESA, 3cket and DareData Engineering, having, to date, obtained the signature of two cooperation protocol (3cket and DareData Engineering), with the remaining ones being in the signing phase.

The partner companies will significantly contribute to the program by:

- Collaborating in the definition of the curriculum*
- Intervening in curricular units*
- Proposing challenges, case studies, and case studies for the final projects*
- Participating in seminars and workshops*

These partnerships, combined with the inclusion of a master's project that responds to real challenges faced by partner companies, gives this executive master's degree a distinctive character, promoting the practical application of the knowledge acquired and providing students with an enriching and relevant experience for the job market. This hands-on approach not only enriches the educational experience, but also establishes solid bridges between academia and the business world, in line with NOVA IMS' mission to contribute to the development of society.

At the same time, it strengthens NOVA IMS' position as an educational institution committed to offering relevant and up-to-date educational programs. By adopting a duration of one year and 60 ECTS for these executive master's degrees, NOVA IMS demonstrates flexibility and adaptability to the current dynamics of higher education, enabling students to train in a period of 12 months and in after-work hours, reconcilable with their professional responsibilities.

4. Desenvolvimento curricular

4.1. Estrutura Curricular

Mapa II - Geral

4.1.1. Ramos, variantes, áreas de especialização, especialidades ou outras formas de organização em que o ciclo de estudos se estrutura (a preencher apenas quando aplicável)* (PT):
Geral

4.1.1. Ramos, variantes, áreas de especialização, especialidades ou outras formas de organização em que o ciclo de estudos se estrutura (a preencher apenas quando aplicável)* (EN):
General

4.1.2. Áreas científicas e créditos necessários à obtenção do grau

Área Científica	Sigla	ECTS	ECTS Mínimos
Ciências Empresariais	CE	54.0	
Ciências Sociais	CS	6.0	
Total: 2		Total: 60.0	

4.1.3. Observações (PT)
[sem resposta]

4.1.3. Observações (EN)
[sem resposta]

4.2. Unidades Curriculares

Mapa III - Construção de marcas na era digital

4.2.1. Designação da unidade curricular (PT):
Construção de marcas na era digital

4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):
Brand Building in the Digital Age

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (PT):
CE

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (EN):
BS

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (PT):
Trimestral 2ºT

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (EN):
Quarterly 2nd Q

4.2.4. Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):

112.0

4.2.5. Horas de contacto:

Presencial (P) - TP-16.0

4.2.6. % Horas de contacto a distância:

0.00%

4.2.7. Créditos ECTS:

4.0

4.2.8. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular:

• *Diego Costa Pinto* - 16.0h

4.2.9. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:

[sem resposta]

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (PT):

OA1: Adquirir uma compreensão abrangente dos princípios e estratégias de branding digital e do papel dos canais digitais, redes sociais, marketing de conteúdos e parcerias com influenciadores na construção e gestão da identidade da marca no panorama digital.

OA2: Adquirir competências práticas na gestão e otimização da presença da marca em plataformas digitais, incluindo a gestão da reputação online e estratégias de envolvimento do cliente.

OA3: Analisar as últimas tendências e inovações em branding digital, incorporando avanços tecnológicos, mudanças no comportamento do consumidor, plataformas emergentes de media social e estratégias de marketing digital em evolução. Compreender o seu impacto nas estratégias de construção de marcas na era digital.

OA4: Aplicar conhecimentos teóricos e competências práticas para analisar e desenvolver estratégias de branding digital para marcas do mundo real

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (EN):

LO1: Gain a comprehensive understanding of digital branding principles, strategies, and the role of digital channels, social media, content marketing, and influencer partnerships in building and managing brand identity in the digital landscape.

LO2: Acquire practical skills in managing optimizing brand presence across digital platforms, including online reputation management and customer engagement strategies.

LO3: Analyze the latest trends and innovations in digital branding, incorporating technology advancements, shifts in consumer behavior, emerging social media platforms, and evolving digital marketing strategies. Understand their impact on brand-building strategies in the digital age

LO4: Apply theoretical knowledge and practical skills to analyze and develop digital branding strategies for real-world brands. Use case studies, simulations, and hands-on projects to develop and implement comprehensive digital branding campaigns, evaluating their effectiveness in practical scenarios.

4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):

UA1 Compreender o comportamento do consumidor na era digital

UA2 Navigating the Digital Buying Journey - analisar a influência dos canais digitais no processo de compra e na tomada de decisão.

UA3 A Evolução dos Motores de Busca e da Memória na Compra

UA4 Equilíbrio entre investimentos em construção de marca e ativação de vendas - estratégias para alocar recursos de forma eficaz.

UA5 Emoção versus razão: impacto nas vendas digitais

UA6 Assegurar a consistência da comunicação da marca nas plataformas digitais

UA7 A dinâmica das redes sociais: Compreender a gravidade na esfera digital

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):

LU1 Understanding Consumer Behavior in the Digital Age

LU2 Navigating the Digital Buying Journey - analyzing the influence of digital channels on the purchasing process and decision-making.

LU3 The Evolution of Search Engines and Memory in Purchasing

LU4 Balancing Brand Building and Sales Activation Investments - strategies for allocating resources effectively

LU5 Emotion versus Reason: Impact on Digital Sales

LU6 Ensuring Consistency in Brand Communication Across Digital Platforms

LU7 The Dynamics of Social Networks: Understanding Gravity in the Digital Sphere

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

As ideias fundamentais do OA1 provêm do UA1, que explora o impacto das plataformas digitais no comportamento do consumidor, e do UA6, que enfatiza a comunicação consistente da marca em diversos canais.

As tarefas do OA2, como a gestão da reputação online e a implementação de estratégias de envolvimento do cliente, são detalhadas no UA4, otimizando a presença da marca nas plataformas digitais. UA7 fornece informações sobre o envolvimento eficaz do cliente nas redes sociais. O domínio destas competências permite aos alunos navegar no dinâmico panorama digital para uma presença online sólida.

LO4 é abordado no UA3, verificando como os avanços tecnológicos influenciam a marca digital, e UA7, explorando plataformas emergentes de media social. Integrando o conhecimento teórico com a aplicação prática e as tendências da indústria, os alunos desenvolvem e implementam campanhas de branding digital abrangentes que ressoam com o seu público-alvo, garantindo resultados mensuráveis.

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

LO1 foundational insights come from LU1, exploring digital platforms' impact on consumer behavior, and LU6, emphasizing consistent brand communication across diverse channels. Understanding these principles is crucial for effective digital branding strategies.

LO2 tasks, like online reputation management and implementing customer engagement strategies, are detailed in LU4, optimizing brand presence across digital platforms. LU7 provides insights into effective customer engagement on social media. Mastering these skills equips students to navigate the dynamic digital landscape for a robust online presence.

LO4 is addressed by LU3, examining how technological advancements influence digital branding, and LU7, exploring emerging social media platforms. Integrating theoretical knowledge with practical application and industry trends, students develop and implement comprehensive digital branding campaigns that resonate with their target audience, ensuring measurable results.

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (PT):

Para este curso, onde o foco está na compreensão e aplicação de estratégias de branding digital, é crucial adotar metodologias de ensino e aprendizagem que promovam a participação ativa dos alunos e estimulem o desenvolvimento de competências práticas. Uma abordagem eficaz combinaria aulas teóricas e casos de estudo.

As aulas teóricas fornecem os fundamentos teóricos, apresentando aos alunos as bases conceituais necessárias para compreenderem os princípios e as estratégias do branding digital. Durante estas sessões, é possível introduzir conceitos-chave, teorias e exemplos práticos relevantes, bem como discutir as últimas tendências e desenvolvimentos no domínio do branding digital.

Os estudos de caso ilustram a forma como as estratégias de digital branding são aplicadas na prática, permitindo aos alunos analisar e discutir exemplos reais de marcas que tiveram êxito ou fracasso nas suas iniciativas de digital branding. Isto ajudará os alunos a relacionar a teoria com a prática e a desenvolver uma compreensão mais profunda dos desafios e oportunidades associados ao branding digital.

Estas metodologias de ensino e aprendizagem estão alinhadas com um modelo pedagógico centrado no aluno, em que a tónica é colocada no desenvolvimento de competências práticas e na aplicação de conhecimentos em contextos reais.

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (EN):

For this course, where the focus is on understanding and applying digital branding strategies, it's crucial to adopt teaching and learning methodologies that promote active student participation and stimulate the development of practical skills. An effective approach would combine lectures and case studies.

Lectures would provide theoretical groundwork, presenting students with the necessary conceptual foundations to grasp the principles and strategies of digital branding. During these sessions, it is possible to introduce key concepts, theories, and relevant practical examples, as well as discuss the latest trends and developments in the field of digital branding.

Case studies would illustrate how digital branding strategies are applied in practice, allowing students to analyze and discuss real-life examples of brands that have succeeded or failed in their digital branding initiatives. This would help students connect theory with practice and develop a deeper understanding of the challenges and opportunities associated with digital branding.

These teaching and learning methodologies are aligned with a student-centered pedagogical model, where the focus is on developing practical skills and applying knowledge in real-world contexts.

4.2.14. Avaliação (PT):

Análise de casos de estudo (60%)

Exame Final (40%)

4.2.14. Avaliação (EN):

Case study Analysis (60%)

Final Exam (40%)

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

A metodologia de ensino da análise de estudos de caso, que representa 60% do peso da avaliação, está alinhada com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. Permite que os alunos apliquem os conhecimentos teóricos a cenários do mundo real, fomentando o pensamento crítico e as competências práticas essenciais para a compreensão dos princípios e estratégias do branding digital. Através da análise de estudos de caso, os alunos aprofundam a sua compreensão dos conceitos de branding digital e aprendem a avaliar a eficácia de várias estratégias em diferentes contextos.

Complementando a análise de estudos de caso, o exame final, que representa 40% do peso da avaliação, reforça a compreensão teórica e a retenção de conhecimentos. Ao avaliar a capacidade dos alunos para recordar e aplicar conceitos-chave, o exame avalia a sua compreensão dos princípios fundamentais e a sua capacidade de aplicar os conhecimentos teóricos a cenários práticos. Em conjunto, estas metodologias de avaliação asseguram uma avaliação abrangente dos resultados de aprendizagem dos alunos, cobrindo tanto a compreensão teórica como a aplicação prática no domínio do branding digital.

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

The teaching methodology of case study analysis, comprising 60% of the assessment weight, is aligned with the learning objectives of the curriculum unit. It enables students to apply theoretical knowledge to real-world scenarios, fostering critical thinking and practical skills essential for understanding digital branding principles and strategies. Through analyzing case studies, students deepen their comprehension of digital branding concepts and learn to evaluate the effectiveness of various strategies in different contexts.

Complementing the case study analysis, the final exam, representing 40% of the assessment weight, reinforces theoretical understanding and knowledge retention. By assessing students' ability to recall and apply key concepts, the exam evaluates their grasp of fundamental principles and their capacity to apply theoretical knowledge to practical scenarios. Together, these assessment methodologies ensure a comprehensive evaluation of students' learning outcomes, covering both theoretical understanding and practical application in the realm of digital branding.

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (PT):

Bartschat, M., Cziehso, G., & Hennig-Thurau, T. (2022). Searching for word of mouth in the digital age: Determinants of consumers' uses of face-to-face information, internet opinion sites, and social media. Journal of Business Research, 141, 393-409.

Fournier, S. M. (1994). A consumer-brand relationship framework for strategic brand management. University of Florida.

Heding, T., Knudtzen, C. F., & Bjerre, M. (2020). Brand management: Mastering research, theory and practice. Routledge.

Kingsnorth, S. (2022). Digital marketing strategy: an integrated approach to online marketing. Kogan Page Publishers.

de Oliveira Santini, F., Ladeira, W. J., Pinto, D. C., Herter, M. M., Sampaio, C. H., & Babin, B. J. (2020). Customer engagement in social media: a framework and meta-analysis. Journal of the Academy of Marketing Science, 48, 1211-1228.

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (EN):

Bartschat, M., Cziehso, G., & Hennig-Thurau, T. (2022). Searching for word of mouth in the digital age: Determinants of consumers' uses of face-to-face information, internet opinion sites, and social media. Journal of Business Research, 141, 393-409.

Fournier, S. M. (1994). A consumer-brand relationship framework for strategic brand management. University of Florida.

Heding, T., Knudtzen, C. F., & Bjerre, M. (2020). Brand management: Mastering research, theory and practice. Routledge.

Kingsnorth, S. (2022). Digital marketing strategy: an integrated approach to online marketing. Kogan Page Publishers.

de Oliveira Santini, F., Ladeira, W. J., Pinto, D. C., Herter, M. M., Sampaio, C. H., & Babin, B. J. (2020). Customer engagement in social media: a framework and meta-analysis. Journal of the Academy of Marketing Science, 48, 1211-1228.

4.2.17. Observações (PT):

[sem resposta]

4.2.17. Observações (EN):

[sem resposta]

Mapa III - Design Thinking para a inovação baseada em dados**4.2.1. Designação da unidade curricular (PT):***Design Thinking para a inovação baseada em dados***4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):***Design Thinking for Data Driven Innovation***4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (PT):***CE***4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (EN):***BS***4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (PT):***Trimestral 1ºT***4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (EN):***Quarterly 1st Q***4.2.4. Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):***112.0***4.2.5. Horas de contacto:***Presencial (P) - TP-16.0***4.2.6. % Horas de contacto a distância:***0.00%***4.2.7. Créditos ECTS:***4.0***4.2.8. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular:***• Guilherme Hidalgo Barata Martins Victorino - 16.0h***4.2.9. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:***[sem resposta]***4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (PT):***Este curso tem quatro objetivos de aprendizagem principais:**OA1 - Adquirir uma compreensão abrangente das metodologias de Design Thinking, incluindo os métodos, processos e aspetos-chave envolvidos.**OA2 - Desenvolver as competências para investigar problemas complexos no âmbito de desafios de inovação, utilizando métodos de investigação quantitativos e qualitativos para reunir conhecimentos e sintetizar resultados como uma plataforma para criar soluções inovadoras.**OA3 - Cultivar uma compreensão mais profunda e holística dos utilizadores e das suas necessidades, motivações e comportamentos, promovendo uma abordagem empática ao design.**OA4 - Aprender a participar ativamente e a liderar iniciativas de inovação no seio de equipas colaborativas e multidisciplinares, dominando o pensamento criativo e as técnicas de resolução de problemas, enquanto aceita o fracasso como parte integrante do processo de inovação.*

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (EN):

This course has four main learning objectives:

LO1 - Gain a comprehensive understanding of Design Thinking methodologies, including the methods, processes, and key aspects involved.

LO2 - Develop the skills to investigate complex problems within innovation challenges, utilizing quantitative and qualitative research methods to gather insights and synthesize results as a platform to create innovative solutions.

LO3 - Cultivate a deeper and more holistic understanding of users and their needs, motivations, and behaviors, fostering an empathetic approach to design.

LO4 - Learn to actively participate in and lead innovation initiatives within collaborative, multidisciplinary teams, mastering creative thinking and problem-solving techniques while embracing failure as an integral part of the innovation process.

4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):

UA1 Princípios do Design Thinking

UA2 Inspiração através da empatia e da investigação qualitativa

UA3 Design de investigação e ferramentas de observação (Sessão de laboratório 1)

UA4 Síntese da investigação e geração de ideias para a inovação (Sessão de laboratório 2)

UA5 Criatividade, Espaços e Técnicas de Ideação

UA6 Brainstorming em equipa (Sessão de laboratório 3)

UA7 Técnicas de Prototipagem Rápida

UA8 Protótipos de design e jornadas de aprendizagem (Sessão de laboratório 4)

UA9 Implementar o DT na sua Organização e Equipa (Espaços, Competências e Cultura)

UA10 Técnicas de Pitch e Finalização da Equipa

UA11 Apresentações finais do projeto + grelha de feedback

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):

LU1 Design Thinking Principles

LU2 Inspiration through empathy and qualitative research

LU3 Research Design and Observation Tools (Lab Session 1)

LU4 Research Synthesis and Generating Insights for Innovation (Lab Session 2)

LU5 Creativity, Spaces and Ideation Techniques

LU6 Team Brainstorming (Lab Session 3)

LU7 Rapid Prototyping Techniques

LU8 Design Prototypes and Learning Journeys (Lab Session 4)

LU9 Implementing DT in Your Organization and Team (Spaces, Skills, and Culture)

LU10 Pitch Techniques and Team Finalization

LU11 Final Project Presentations + Feedback Grid

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

- UA1 fornece conhecimentos fundamentais sobre metodologias de Design Thinking, alinhando-se com OA1 ao abranger princípios, métodos e processos.
- UA2 e UA4 contribuem para o desenvolvimento de competências para investigar problemas complexos e utilizar métodos de pesquisa para obter insights, apoiando diretamente o OA2. UA2, com foco na inspiração através da empatia, inclui pesquisa qualitativa, design de pesquisa, ferramentas de observação, síntese de pesquisa e geração de insights para inovação.
- A inspiração através da empatia na UA2 alinha-se com uma compreensão mais profunda dos utilizadores e das suas perspetivas, apoiando diretamente o OA3.
- UA6 e UA8, abrangendo brainstorming, prototipagem rápida, protótipos de design e jornadas de aprendizagem, enfatizam o trabalho de equipa colaborativo, a resolução criativa de problemas e a aceitação do fracasso no processo de inovação. Isto apoia diretamente o desenvolvimento de competências do OA4.

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

- LU1 provides foundational knowledge of Design Thinking methodologies, aligning with LO1 by covering principles, methods, and processes.
- LU2 and LU4 contribute to skill development for investigating complex problems and utilizing research methods for insights, directly supporting LO2. LU2, focusing on inspiration through empathy, includes qualitative research, research design, observation tools, research synthesis, and generating insights for innovation.
- Inspiration through empathy in LU2 aligns with cultivating a deeper understanding of users and their perspectives, directly supporting LO3.
- LU6 and LU8, covering team brainstorming, rapid prototyping, design prototypes, and learning journeys, emphasize collaborative teamwork, creative problem-solving, and embracing failure in the innovation process. This directly supports developing skills to actively participate in and lead innovation initiatives within collaborative, multidisciplinary teams, as outlined in LO4.

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (PT):

O curso foi concebido com uma abordagem de aprendizagem baseada em problemas (PBL) que incentiva os alunos a aprender através da resolução de problemas do mundo real. A PBL é uma metodologia eficaz para o ensino e a aprendizagem, uma vez que reflete os desafios e as complexidades encontrados em contextos de inovação profissional. Eis como utilizaremos a abordagem PBL no curso:

- **Introdução ao Desafio do Problema Inicial:** No início do curso, os alunos são apresentados a um problema ou cenário de inovação realista e complexo. Este problema serve de ponto focal para o seu percurso de aprendizagem ao longo do semestre.
- **Envolvimento e exploração dos alunos:** os alunos são encarregues de analisar e dissecar o problema apresentado. Trabalham individualmente ou em pequenos grupos para efetuar a pesquisa inicial, recolher dados relevantes e identificar as principais questões e desafios associados ao problema.
- **Análise do problema e desenvolvimento de soluções:** Com uma compreensão mais profunda do problema, os alunos envolvem-se em atividades de pensamento crítico e de resolução de problemas para desenvolver soluções inovadoras. Fazem um brainstorming de ideias, criam protótipos de potenciais soluções e avaliam a sua viabilidade e eficácia.
- **Implementação e avaliação:** Os alunos apresentam as soluções propostas à turma e recebem feedback dos colegas e dos professores. Aperfeiçoam as suas soluções com base no feedback e em considerações de carácter prático, viabilidade e implicações éticas. Por fim, refletem sobre o processo de aprendizagem e a aplicabilidade dos princípios do Design Thinking na resolução de desafios reais no domínio dos cuidados de saúde.

Ao empregar a abordagem de Aprendizagem Baseada em Problemas, os alunos não só adquirem conhecimentos teóricos, mas também desenvolvem competências práticas na resolução de problemas, colaboração e inovação, preparando-os para enfrentar desafios complexos de inovação.

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (EN):

The course was design with a Problem-Based Learning (PBL) approach that encourages students to learn through solving real-world problems. PBL serves as an effective methodology for teaching and learning as it mirrors the challenges and complexities encountered in professional innovation settings. Here's how we will use PBL approach in the course:

Introduction to the Initial Problem Challenge: At the beginning of the course, students are presented with a realistic and complex innovation problem or scenario. This problem serves as the focal point for their learning journey throughout the semester.

Student Engagement and Exploration: students are tasked with analyzing and dissecting the problem presented. They work individually or in small groups to conduct initial research, gather relevant data, and identify key issues and challenges associated with the problem.

Problem Analysis and Solution Development: With a deeper understanding of the problem, students engage in critical thinking and problem-solving activities to develop innovative solutions. They brainstorm ideas, prototype potential solutions, and evaluate their feasibility and effectiveness.

Implementation and Evaluation: Students present their proposed solutions to the class and receive feedback from peers and instructors. They refine their solutions based on feedback and considerations of practicality, feasibility, and ethical implications. Finally, they reflect on the learning process and the applicability of Design Thinking principles in addressing real-world healthcare challenges.

By employing the Problem-Based Learning approach, students not only gain theoretical knowledge but also develop practical skills in problem-solving, collaboration, and innovation, preparing them to tackle complex innovation challenges.

4.2.14. Avaliação (PT):

SE1 : 80% Trabalho de grupo (20% cada sessão de laboratório entregue)

SE2: 20% Exame Final

4.2.14. Avaliação (EN):

SE1: 80% Team Project (20% each Lab session deliveries)

SE2: 20% Final Exam

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

OA1 beneficiará de palestras, casos de estudo e sessões práticas para introduzir os princípios e práticas do Design Thinking. A avaliação avalia os alunos através de testes que avaliam o seu conhecimento dos métodos e processos do Design Thinking, juntamente com projetos práticos que aplicam estes conceitos.

OA2 está alinhado com os workshops práticos sobre métodos de investigação quantitativa e qualitativa, sessões guiadas sobre a realização de investigação e análise de dados, e discussões em grupo para sintetizar ideias. A avaliação é feita através de projetos de investigação em que se aplicam métodos quantitativos e qualitativos para investigar problemas específicos e desenvolver soluções inovadoras com base nos conhecimentos recolhidos.

OA3 incorpora os métodos para atividades de construção de empatia, tais como entrevistas com utilizadores, observação de comportamentos e análise de cenários para compreender as necessidades e perspetivas dos utilizadores. Avaliaremos os alunos com base na sua capacidade de demonstrar empatia através de projetos de design que respondam eficazmente às necessidades dos utilizadores com compaixão.

OA4 será ensinado com base em simulações de projetos de inovação em equipa, exercícios de resolução criativa de problemas e debates sobre a importância do fracasso no processo de aprendizagem e inovação. Os conhecimentos dos alunos serão avaliados através de projetos de equipa que demonstrem liderança, pensamento criativo e capacidades de resolução de problemas, bem como reflexões sobre as lições aprendidas com os fracassos e sucessos ao longo do curso.

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

LO1 will benefit from lectures, case studies, and practical sessions to introduce Design Thinking principles and practices. The assessment evaluates students through tests assessing their knowledge of Design Thinking methods and processes, along with practical projects applying these concepts.

LO2 is aligned with the practical workshops on quantitative and qualitative research methods, guided sessions on conducting research and data analysis, and group discussions for synthesizing insights. The assessment through research projects where they apply quantitative and qualitative methods to investigate specific problems and develop innovative solutions based on gathered insights.

LO3 incorporates the methods for empathy-building activities such as user interviews, behavior observation, and scenario analysis to understand user needs and perspectives. We will evaluate students based on their ability to demonstrate empathy through design projects that effectively address user needs with compassion.

LO4 will be taught based on the team-based innovation project simulations, creative problem-solving exercises, and discussions on the importance of failure in the learning and innovation process. Students knowledge will be assessed through team projects demonstrating leadership, creative thinking, and problem-solving skills, as well as reflections on lessons learned from failures and successes throughout the course.

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (PT):

Brown, Tim. (2009). Change By Design : how design thinking transforms organizations and inspires innovation . New York: HarperCollins Publishers.

Dell'Era, C., Magistretti, S., Cautela, C., Verganti, R., & Zurlo, F. (2020). Four kinds of design thinking: From ideating to making, engaging, and criticizing. Creativity and Innovation Management, 29(2), 324–344.

Kelley, T., & Kelley, D. (2013). Creative confidence: Unleashing the creative potential within us all. Currency.

Martin, R. (2010). Design thinking: achieving insights via the "knowledge funnel". Strategy & Leadership, 38(2), 37–41.

Pham, C. T. A., Magistretti, S., & Dell'Era,

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (EN):

Brown, Tim. (2009). Change By Design : how design thinking transforms organizations and inspires innovation . New York: HarperCollins Publishers.

Dell'Era, C., Magistretti, S., Cautela, C., Verganti, R., & Zurlo, F. (2020). Four kinds of design thinking: From ideating to making, engaging, and criticizing. Creativity and Innovation Management, 29(2), 324–344.

Kelley, T., & Kelley, D. (2013). Creative confidence: Unleashing the creative potential within us all. Currency.

Martin, R. (2010). Design thinking: achieving insights via the "knowledge funnel". Strategy & Leadership, 38(2), 37–41.

Pham, C. T. A., Magistretti, S., & Dell'Era, C. (2022). The role of design thinking in Big Data innovations. Innovation, 24(2), 290–314.

4.2.17. Observações (PT):

[sem resposta]

4.2.17. Observações (EN):*[sem resposta]***Mapa III - Financiamento de novas empresas e estratégias de crescimento****4.2.1. Designação da unidade curricular (PT):***Financiamento de novas empresas e estratégias de crescimento***4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):***Funding New Ventures and Growth Strategies***4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (PT):***CE***4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (EN):***BS***4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (PT):***Trimestral 2ºT***4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (EN):***Quarterly 2nd Q***4.2.4. Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):***112.0***4.2.5. Horas de contacto:***Presencial (P) - TP-16.0***4.2.6. % Horas de contacto a distância:***0.00%***4.2.7. Créditos ECTS:***4.0***4.2.8. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular:***• Maria Manuela Simoes Aparício Da Costa - 16.0h***4.2.9. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:***[sem resposta]***4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (PT):***OA1: Compreender as fontes de financiamento para novos empreendimentos**OA2: Desenvolver competências para avaliar as opções de financiamento com base nas vantagens, desvantagens e adequação aos tipos de empreendimentos, fases de crescimento e sectores industriais**OA3: Aprender a criar estratégias de financiamento eficazes adaptadas às necessidades dos novos empreendimentos, considerando factores como requisitos de capital, tolerância ao risco, diluição da propriedade e estratégias de saída**OA4: Adquirir conhecimentos e ferramentas para a gestão de recursos financeiros em novos empreendimentos, abrangendo a orçamentação, o fluxo de caixa, a previsão e a avaliação do desempenho**OA5: Explorar estratégias de crescimento para novos empreendimentos, incluindo expansão de mercado, diversificação de produtos, parcerias, fusões, aquisições e internacionalização. Aprender a implementar estas estratégias com sucesso, gerindo os riscos e desafios associados.*

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (EN):

LO1: Understand funding sources for new ventures—bootstrapping, angel investors, venture capital, crowdfunding, and strategic partnerships.

LO2: Develop skills to evaluate funding options based on advantages, disadvantages, and suitability for venture types, growth stages, and industry sectors.

LO3: Learn to create effective funding strategies tailored to new ventures' needs, considering factors like capital requirements, risk tolerance, ownership dilution, and exit strategies.

LO4: Acquire knowledge and tools for managing financial resources in new ventures, covering budgeting, cash flow, forecasting, and performance evaluation.

LO5: Explore growth strategies for new ventures, including market expansion, product diversification, partnerships, mergers, acquisitions, and internationalization. Learn to implement these strategies successfully, managing associated risks and challenges.

4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):

UA1: Fontes de Financiamento para Novos Empreendimentos

UA2: Avaliação das opções de financiamento

UA3: Desenvolvimento de estratégias de financiamento eficazes

UA4: Gestão de recursos financeiros em novos empreendimentos

UA5: Estratégias de crescimento para novos empreendimentos

UA6: Gerir os riscos e os desafios do crescimento

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):

LU1: Sources of Funding for New Ventures

LU2: Evaluating Funding Options

LU3: Developing Effective Funding Strategies

LU4: Financial Resource Management in New Ventures

LU5: Growth Strategies for New Ventures

LU6: Managing Risks and Challenges in Growth

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

Na UA1, os alunos adquirem conhecimentos sobre diversas fontes de financiamento para novos empreendimentos, tal como no OA1. UA2 aperfeiçoa as competências na avaliação das opções de financiamento, alinhando-se com o OA2. A análise crítica e os exercícios de avaliação comparativa ajudam a identificar vantagens, desvantagens e adequação de cada fonte de financiamento.

UA3 orienta os alunos no desenvolvimento de estratégias de financiamento eficazes adaptadas às necessidades e objetivos únicos dos novos empreendimentos, alinhando-se com o OA3. Esta abordagem estratégica prepara o terreno para UA4, onde os alunos adquirem conhecimentos e ferramentas para a gestão eficaz de recursos financeiros em novos empreendimentos, como em OA4.

Finalmente, UA5 e UA6 baseiam-se em conhecimentos e competências fundamentais para explorar estratégias e táticas de crescimento para novos empreendimentos, ao mesmo tempo que gerem os riscos e desafios associados, em linha com o OA5.

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

In LU1, students gain foundational understanding of diverse funding sources for new ventures, as in LO1. LU2 refines skills in evaluating funding options, aligning with LO2. Critical analysis and comparative assessment exercises help identify advantages, disadvantages, and suitability of each funding source for specific venture types, growth stages, and industry sectors.

LU3 guides students in developing effective funding strategies tailored to new ventures' unique needs and goals, aligning with LO3. This strategic approach sets the stage for LU4, where students acquire knowledge and tools for effective financial resource management within new ventures, as in LO4.

Finally, LU5 and LU6 build upon foundational knowledge and skills to explore growth strategies and tactics for new ventures while managing associated risks and challenges, aligning with LO5.

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (PT):

O objetivo é estimular o desenvolvimento de competências práticas e a aplicação de conceitos teóricos em situações do mundo real. Uma abordagem eficaz seria a combinação de aulas teóricas e estudos de casos:

As aulas teóricas servem de base teórica, proporcionando aos alunos uma compreensão sólida dos conceitos fundamentais relacionados com o financiamento de projectos e as estratégias de crescimento. Durante estas aulas, os formadores apresentam conceitos-chave, teorias e exemplos práticos relevantes, fornecendo uma visão global do domínio e estabelecendo as bases necessárias para actividades mais práticas.

Os casos de estudos ilustram a forma como os conceitos teóricos são aplicados na prática, permitindo aos alunos analisar e discutir exemplos reais de empresas que procuraram financiamento e implementaram estratégias de crescimento. Isto ajudaria os alunos a relacionar a teoria com a prática, desenvolvendo capacidades de análise crítica e de resolução de problemas em contextos reais.

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (EN):

The goal is to stimulate the development of practical skills, and the application of theoretical concepts in real-world situations. An effective approach would be the combination of lectures and case studies:

Lectures would serve as the theoretical foundation, providing students with a solid understanding of fundamental concepts related to venture funding and growth strategies. During these lectures, instructors present key concepts, theories, and relevant practical examples, providing a comprehensive overview of the field and establishing the necessary groundwork for more hands-on activities.

Case studies would illustrate how theoretical concepts are applied in practice, allowing students to analyze and discuss real-world examples of ventures that have sought funding and implemented growth strategies. This would help students connect theory with practice, developing critical analysis skills and problem-solving abilities in real-world contexts.

4.2.14. Avaliação (PT):

Caso de Estudo (60%)

Exame Final (40%)

4.2.14. Avaliação (EN):

Case Study (60%)

Final Exam (40%)

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

A distribuição do peso da avaliação entre a análise de casos de estudo (60%) e um exame final (40%) demonstra coerência com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. A ênfase na análise de casos de estudo alinha-se bem com o objetivo de obter uma compreensão abrangente de várias fontes de financiamento e estratégias de crescimento (OA1, OA5). Através da análise de casos reais, os alunos podem aplicar os conhecimentos teóricos a cenários práticos, desenvolvendo competências de pensamento crítico e aprofundando a sua compreensão de como as opções de financiamento e as estratégias de crescimento são implementadas em diferentes contextos.

Além disso, o exame final complementa a análise do estudo de caso, avaliando a compreensão teórica e a retenção de conhecimentos dos alunos, o que corresponde a objetivos como o desenvolvimento de competências para avaliar opções de financiamento (OA2) e a aquisição de conhecimentos sobre gestão de recursos financeiros (OA4). É provável que o formato do exame inclua perguntas baseadas em cenários ou sugestões de redação que exijam que os alunos apliquem conceitos teóricos a situações práticas, demonstrando a sua capacidade de analisar, avaliar e sintetizar a informação aprendida ao longo do curso.

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

The allocation of assessment weight between case study analysis (60%) and a final exam (40%) demonstrates coherence with the learning objectives of the curriculum unit. The emphasis on case study analysis aligns well with the objective of gaining a comprehensive understanding of various funding sources and growth strategies (LO1, LO5). By analyzing real-world cases, students can apply theoretical knowledge to practical scenarios, developing critical thinking skills and deepening their understanding of how funding options and growth strategies are implemented in different contexts.

Additionally, the final exam complements the case study analysis by evaluating students' theoretical understanding and knowledge retention, which corresponds to objectives such as developing skills to evaluate funding options (LO2) and acquiring knowledge of financial resource management (LO4). The exam format likely includes scenario-based questions or essay prompts that require students to apply theoretical concepts to practical situations, demonstrating their ability to analyze, evaluate, and synthesize information learned throughout the course.

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (PT):

Colombo, O. (2021). *The use of signals in new-venture financing: A review and research agenda*. *Journal of Management*, 47(1), 237-259.

Croce, A., Guerini, M., & Ughetto, E. (2018). *Angel financing and the performance of high-tech start-ups*. *Journal of Small Business Management*, 56(2), 208-228.

Ries, E. (2011). *The lean startup: How today's entrepreneurs use continuous innovation to create radically successful businesses*. Currency.

Shepherd, D. A., Patzelt, H., Shepherd, D. A., & Patzelt, H. (2021). *Managing New Ventures*. *Entrepreneurial Strategy: Starting, Managing, and Scaling New Ventures*, 73-99.

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (EN):

Colombo, O. (2021). *The use of signals in new-venture financing: A review and research agenda*. *Journal of Management*, 47(1), 237-259.

Croce, A., Guerini, M., & Ughetto, E. (2018). *Angel financing and the performance of high-tech start-ups*. *Journal of Small Business Management*, 56(2), 208-228.

Ries, E. (2011). *The lean startup: How today's entrepreneurs use continuous innovation to create radically successful businesses*. Currency.

Shepherd, D. A., Patzelt, H., Shepherd, D. A., & Patzelt, H. (2021). *Managing New Ventures*. *Entrepreneurial Strategy: Starting, Managing, and Scaling New Ventures*, 73-99.

4.2.17. Observações (PT):

[sem resposta]

4.2.17. Observações (EN):

[sem resposta]

Mapa III - Gestão Estratégica e Expansão Internacional**4.2.1. Designação da unidade curricular (PT):**

Gestão Estratégica e Expansão Internacional

4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):

Strategic Management and International Expansion

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (PT):

CE

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (EN):

BS

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (PT):Trimestral 1^oT**4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (EN):**

Quarterly 1st Q

4.2.4. Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):

112.0

4.2.5. Horas de contacto:

Presencial (P) - TP-16.0

4.2.6. % Horas de contacto a distância:

0.00%

4.2.7. Créditos ECTS:

4.0

4.2.8. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular:

• Roberto André Pereira Henriques - 16.0h

4.2.9. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:

[sem resposta]

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (PT):

OA1: Conhecer os princípios da gestão estratégica - análise ambiental, vantagem competitiva, posicionamento e implementação.

OA2: Desenvolver competências para analisar o ambiente empresarial global, factores económicos, sociais, legais e ambientais.

OA3: Formular estratégias eficazes de expansão internacional, abrangendo modos de entrada no mercado, aquisições e crescimento orgânico. Entender os desafios e oportunidades em vários mercados globais.

OA4: Adquirir competências para implementar planos estratégicos para além das fronteiras, diferenças regulamentares e operacionais.

OA5: Avaliar o desempenho da estratégia internacional. Aprender a medir indicadores-chave de desempenho (KPIs) para a expansão internacional e o retorno do investimento.

OA6: Desenvolver competências interculturais: Melhorar a compreensão intercultural, com o foco nas competências de comunicação e liderança para gerir equipas multiculturais.

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (EN):

LO1: Grasp strategic management principles—environmental analysis, competitive advantage, positioning, and implementation.

LO2: Develop skills to analyze the global business environment, economic, social, legal, and environmental factors.

LO3: Formulate effective international expansion strategies, covering market entry modes, acquisitions, and organic growth. Grasp challenges and opportunities in diverse global markets.

LO4: Acquire skills for implementing strategic plans across borders, regulatory, and operational differences.

LO5: Evaluate international strategy performance. Learn to measure key performance indicators (KPIs) for international expansion, and return on investment.

LO6: Develop Cross-Cultural Competence: Enhance cross-cultural understanding, focusing on communication and leadership skills for managing multicultural teams.

4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):

UA1: Fundamentos da Gestão Estratégica

UA2: Análise do ambiente empresarial global

UA3: Formulação de estratégias de expansão internacional

UA4: Implementação de planos estratégicos além-fronteiras

UA5: Avaliação do desempenho da estratégia internacional

UA6: Desenvolvimento de competências interculturais

UA7: Gestão estratégica e responsabilidade social das empresas (RSE)

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):

LU1: Foundations of Strategic Management
LU2: Global Business Environment Analysis
LU3: Formulating International Expansion Strategies
LU4: Implementing Strategic Plans Across Borders
LU5: Evaluating International Strategy Performance
LU6: Developing Cross-Cultural Competence
LU7: Strategic Management and Corporate Social Responsibility (CSR)

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

UA1 alinha-se com OA1, promovendo uma perceção global dos princípios de gestão estratégica. Ao explorar conceitos como a análise ambiental e a vantagem competitiva, os alunos criam as bases para a formação de estratégias efetivas de expansão internacional como descrito no OA3
UA2 corresponde ao OA2, realçando a compreensão do ambiente de negócios global para uma gestão estratégica eficaz. Ao examinar factores políticos, económicos, sociais, tecnológicos, legais e ambientais, os alunos adquirem conhecimentos sobre como operar em diversos mercados internacionais, preparando o terreno para a formulação de estratégias de expansão internacional em UA3
UA6 apoia diretamente o OA6, centrando-se no desenvolvimento de competências de comunicação negociação e liderança interculturais. Ao melhorar a sua compreensão das diferenças culturais e do seu impacto nas práticas empresariais, os alunos estão mais bem equipados para implementar planos estratégicos além-fronteiras, tal como abordado em UA4

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

LU1 aligns with LO1, fostering a comprehensive understanding of strategic management principles. By exploring concepts like environmental analysis and competitive advantage, students lay the groundwork for formulating effective international expansion strategies, as outlined in LO3.

LU2 corresponds with LO2, emphasizing understanding the global business environment for effective strategic management. By examining political, economic, social, technological, legal, and environmental factors, students gain insights into operating in diverse international markets, setting the stage for formulating international expansion strategies in LU3.

LU6 directly supports LO6, focusing on developing cross-cultural communication, negotiation, and leadership skills. By enhancing their understanding of cultural differences and their impact on business practices, students are better equipped to implement strategic plans across borders, as addressed in LU4.

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (PT):

As seguintes metodologias de ensino e aprendizagem da unidade curricular articulam-se com o modelo pedagógico:
As aulas teóricas funcionam como componente fundacional, fornecendo conhecimentos teóricos e quadros conceptuais essenciais para a compreensão da gestão estratégica e da internacionalização.
Os estudos de caso são utilizados para contextualizar os conceitos teóricos, permitindo aos alunos analisar cenários empresariais do mundo real e desenvolver competências de resolução de problemas. As discussões em grupo incentivam a colaboração e a aprendizagem entre pares, promovendo uma compreensão mais profunda do material do curso através do diálogo e da troca de ideias.
As actividades de aprendizagem experiencial, como as dramatizações e os exercícios interactivos, oferecem oportunidades práticas para os alunos aplicarem os conhecimentos teóricos em contextos práticos.
A unidade curricular visa criar uma experiência de aprendizagem dinâmica e interactiva que permita aos estudantes desenvolver aptidões e competências essenciais para a gestão estratégica e o sucesso empresarial internacional.

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (EN):

The following teaching and learning methodologies for the curriculum unit are articulated with the pedagogical model:

? Lectures serve as a foundational component, providing theoretical knowledge and conceptual frameworks essential for understanding strategic management and international expansion.

? Case studies are utilized to contextualize theoretical concepts, allowing students to analyze real-world business scenarios and develop problem-solving skills. Group discussions encourage collaboration and peer-to-peer learning, fostering a deeper understanding of course material through dialogue and exchange of ideas.

? Experiential learning activities, such as role-plays, and interactive exercises, provide hands-on opportunities for students to apply theoretical knowledge in practical contexts.

The curriculum unit aims to create a dynamic and interactive learning experience that empowers students to develop essential skills and competencies for strategic management and international business success.

4.2.14. Avaliação (PT):

Estudo de caso - 25%

Plano Estratégico - 50%.

Exame final - 25%.

4.2.14. Avaliação (EN):

Case Study – 25%

Strategic Plan – 50%

Final Exam – 25%

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

A atribuição de critérios de avaliação entre análise de estudo de caso (25%), desenvolvimento de plano estratégico (50%) e um exame final (25%) reflecte o alinhamento com os objectivos de aprendizagem. A ênfase nos estudos de caso permite aos alunos analisar cenários de negócios do mundo real, aplicando conceitos teóricos a contextos práticos e desenvolvendo competências de pensamento crítico. Isto corresponde ao objetivo de obter uma compreensão abrangente dos princípios de gestão estratégica e da sua aplicação em diversos ambientes empresariais

A componente de desenvolvimento do plano estratégico, que representa o maior critério de avaliação, sublinha a importância da aplicação prática e do pensamento estratégico. Os alunos são encarregues de formular planos estratégicos, integrando conhecimentos teóricos com processos de tomada de decisões estratégicas. Isto alinha-se com o objetivo de desenvolver capacidades para formular estratégias eficientes para o sucesso organizacional, permitindo que os alunos possam aplicar a aprendizagem a desafios empresariais do mundo real.

Por fim, a inclusão de um exame final garante que os alunos demonstrem a sua compreensão dos conceitos teóricos e a sua capacidade de sintetizar a informação ao longo da unidade curricular

Este método de avaliação complementa as componentes de estudo de caso e do plano estratégico, avaliando os conhecimentos teóricos e as competências analíticas dos alunos

Globalmente, a coerência entre as metodologias de ensino e de avaliação e os objectivos de aprendizagem garantem uma experiência de aprendizagem completa e eficaz

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

The allocation of assessment weights among case study analysis (25%), strategic plan development (50%), and a final exam (25%) reflects alignment with the learning objectives. The emphasis on case studies allows students to analyze real-world business scenarios, applying theoretical concepts to practical contexts and fostering critical thinking skills. This corresponds to the objective of gaining a comprehensive understanding of strategic management principles and their application in diverse business environments.

The strategic plan development component, representing the highest assessment weight, underscores the importance of practical application and strategic thinking. Students are tasked with formulating strategic plans, integrating theoretical knowledge with strategic decision-making processes. This aligns with the objective of developing skills to formulate effective strategies for organizational success, ensuring that students can apply their learning to real-world business challenges.

Finally, the inclusion of a final exam ensures that students demonstrate their understanding of theoretical concepts and their ability to synthesize information across the curriculum unit.

This assessment method complements the case study and strategic plan components by evaluating students' theoretical knowledge and analytical skills.

Overall, the coherence between teaching and assessment methodologies and the learning objectives ensures a comprehensive and effective learning experience.

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (PT):

Johnson, J., Whittington, R., Regnér, P., Angwin, D., Johnson, G., & Scholes, K. (2020). *Exploring strategy*. Pearson UK.

Kaplan, R. S., & McMillan, D. (2020). *Updating the balanced scorecard for triple bottom line strategies*. Harvard Business School Accounting & Management Unit Working Paper, (21-028).

Kim, W. C. (2021). *Blue_Ocean_Strategy*.

Kotter, J. P. (2012). *Accelerate*. Harvard business review, 90(11), 45-58.

Peng, M. W. (2022). *Global strategy*. Cengage learning.

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (EN):

Johnson, J., Whittington, R., Regnér, P., Angwin, D., Johnson, G., & Scholes, K. (2020). *Exploring strategy*. Pearson UK.

Kaplan, R. S., & McMillan, D. (2020). *Updating the balanced scorecard for triple bottom line strategies*. Harvard Business School Accounting & Management Unit Working Paper, (21-028).

Kim, W. C. (2021). *Blue_Ocean_Strategy*.

Kotter, J. P. (2012). *Accelerate*. Harvard business review, 90(11), 45-58.

Peng, M. W. (2022). *Global strategy*. Cengage learning.

4.2.17. Observações (PT):

[sem resposta]

4.2.17. Observações (EN):

[sem resposta]

Mapa III - Liderança de equipas e organizações empresariais**4.2.1. Designação da unidade curricular (PT):**

Liderança de equipas e organizações empresariais

4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):

Leading Entrepreneurial Teams and Organizations

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (PT):

CE

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (EN):

BS

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (PT):Trimestral 1^oT**4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (EN):**

Quarterly 1st Q

4.2.4. Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):

112.0

4.2.5. Horas de contacto:

Presencial (P) - TP-16.0

4.2.6. % Horas de contacto a distância:

0.00%

4.2.7. Créditos ECTS:

4.0

4.2.8. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular:

• Frederico Miguel Campos Cruz Ribeiro De Jesus - 16.0h

4.2.9. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:

[sem resposta]

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (PT):

OA1: Compreender os princípios de liderança empresarial, visão, assunção de riscos, inovação e agilidade para impulsionar o sucesso

OA2: Desenvolver competências de liderança eficazes, com ênfase na formação de equipas, comunicação, resolução de conflitos e motivação para uma cultura de alto desempenho

OA3: Aprender estratégias para promover a inovação e a criatividade, criando um ambiente de apoio e encarando o fracasso como uma oportunidade de aprendizagem

OA4: Compreender como cultivar e manter uma cultura empreendedora, promovendo a aprendizagem contínua.

OA5: Desenvolver a capacidade de enfrentar desafios e incertezas em empreendimentos, gerindo o crescimento rápido, estratégias de articulação e respondendo às mudanças do mercado

OA6: Compreender a liderança ética e a responsabilidade social, mantendo a integridade e a responsabilidade na tomada de decisões.

OA7: Cultivar qualidades de liderança essenciais para a perseverança e a recuperação de desafios no percurso empresarial.

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (EN):

LO1: Grasp entrepreneurial leadership principles vision, risk-taking, innovation, and agility to drive success.

LO2: Develop effective leadership skills, emphasizing team building, communication, conflict resolution, and motivation for a high-performing culture.

LO3: Learn strategies for fostering innovation and creativity, creating a supportive environment, and seeing failure as a learning opportunity.

LO4: Understand cultivating and sustaining an entrepreneurial culture, promoting autonomy, embracing diverse thought, and fostering continuous learning.

LO5: Develop the ability to navigate challenges and uncertainty in ventures, managing rapid growth, pivoting strategies, and responding to market changes effectively.

LO6: Understand ethical leadership and social responsibility, maintaining integrity, and accountability in decision-making.

LO7: Cultivate essential leadership qualities for perseverance and bouncing back from challenges in the entrepreneurial journey.

4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):

UA1: Princípios de Liderança Empresarial

UA2: Liderança e Gestão de Equipas Empresariais

UA3: Cultivar uma Cultura Empreendedora

UA4: Navegando em desafios e incertezas

UA5: Liderança ética

UA7: Adaptabilidade e Resiliência no Empreendedorismo

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):

LU1: Principles of Entrepreneurial Leadership

LU2: Leading and Managing Entrepreneurial Teams

LU3: Cultivating an Entrepreneurial Culture

LU4: Navigating Challenges and Uncertainty

LU5: Ethical Leadership

LU7: Adaptability and Resilience in Entrepreneurship

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

A UA1 aborda diretamente o OA1, centrando-se na compreensão dos princípios de liderança empresarial, como a definição de uma visão, a assunção de riscos, a inovação e a agilidade para impulsionar o sucesso. UA2 passa a desenvolver competências práticas na liderança e gestão de equipas, alinhando-se com o OA2, promovendo uma cultura colaborativa e de alto desempenho.

A UA3 aborda o OA3, ensinando estratégias para promover a inovação e a criatividade em organizações empreendedoras. UA4 aborda aspetos práticos do OA5, desenvolvendo a capacidade de enfrentar obstáculos

UA5 aborda o OA6, explorando os princípios éticos e a responsabilidade social no empreendedorismo. UA7 centra-se nas qualidades descritas no OA7. A UA3 aborda o OA3, ensinando estratégias para promover a inovação e a criatividade em organizações empreendedoras. UA4 aborda aspetos práticos do OA5, desenvolvendo a capacidade de enfrentar obstáculos em empreendimentos empresariais.

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

LU1 directly addresses LO1, focusing on understanding business leadership principles like vision setting, risk-taking, innovation, and agility for driving success. Real-world examples and case studies provide insights. LU2 shifts to developing practical skills in leading and managing teams, aligning with LO2, fostering a collaborative and high-performing culture.

LU3 addresses LO3 by teaching strategies for fostering innovation and creativity in entrepreneurial organizations. LU4 tackles practical aspects of LO5, developing the ability to confront obstacles in entrepreneurial ventures.

LU5 directly addresses LO6, exploring ethical principles and social responsibility in entrepreneurship. LU7 focuses on cultivating qualities outlined in LO7, such as agility and resilience, crucial for navigating uncertainties in entrepreneurial journeys.

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (PT):

Para aumentar a participação dos alunos e facilitar a aprendizagem ativa, serão utilizados vários métodos pedagógicos:

Casos de estudo: Casos de estudo reais de empreendimentos empresariais, tanto bem sucedidos como mal sucedidos, ilustrarão conceitos-chave, desafios e estratégias de liderança empresarial. Os alunos analisarão casos, identificarão problemas e proporão soluções, promovendo o pensamento crítico e a capacidade de resolução de problemas.

Oradores convidados: Especialistas da indústria, fundadores de startups e capitalistas de risco serão convidados como oradores para partilhar experiências e melhores práticas. As visitas do sector a incubadoras de empresas, aceleradores ou eventos empresariais expõem os alunos ao ecossistema e às oportunidades de criação de redes.

Reflexão e feedback: Exercícios de reflexão e sessões de feedback entre pares incentivarão os alunos a refletir sobre os seus estilos de liderança e desenvolvimento. O feedback construtivo e a autoavaliação facilitarão a melhoria contínua.

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (EN):

To enhance student engagement and facilitate active learning, various pedagogical methods will be employed:

Case Studies: Real-world case studies of entrepreneurial ventures, both successful and unsuccessful, will illustrate key concepts, challenges, and strategies in entrepreneurial leadership. Students will analyze cases, identify issues, and propose solutions, fostering critical thinking and problem-solving skills.

Guest Speakers: Industry experts, startup founders, and venture capitalists will be invited as guest speakers to share experiences and best practices. Industry visits to startup incubators, accelerators, or entrepreneurial events will expose students to the ecosystem and networking opportunities.

Reflection and Feedback: Reflective exercises and peer feedback sessions will encourage students to reflect on their leadership styles and development. Constructive feedback and self-assessment will facilitate continuous improvement.

4.2.14. Avaliação (PT):

Casos de Estudo (30%)

Plano de Desenvolvimento de Liderança Pessoal (30%)

Exame final (40%)

4.2.14. Avaliação (EN):

Case study (30%)

Personal Leadership Development Plan (30%)

Final Exam (40%)

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

Um alinhamento coerente entre as metodologias de ensino, com uma distribuição dos critérios de avaliação entre análise de caso de estudo (30%), plano de desenvolvimento de liderança pessoal (30%) e um exame final (40%) está bem alinhado com os objetivos de aprendizagem.

A utilização de casos de estudo como método de avaliação corresponde diretamente ao objetivo de adquirir conhecimentos práticos e aplicação de princípios de liderança, tal como descrito nos objetivos do programa. Através da análise de estudos de caso, os estudantes são desafiados a aplicar conhecimentos teóricos a cenários do mundo real, fomentando o pensamento crítico e as competências de resolução de problemas essenciais para uma liderança eficaz.

A inclusão de um plano de desenvolvimento de liderança pessoal como método de avaliação é coerente com o objetivo de desenvolver a autoconsciência e o crescimento pessoal das capacidades de liderança. Ao exigir que os alunos reflitam sobre os seus pontos fortes e fracos e sobre o seu estilo de liderança, e formulem um plano de desenvolvimento pessoal, este método de avaliação facilita a realização dos objetivos de aprendizagem relacionados com o desenvolvimento da liderança pessoal.

Além disso, o exame final, com uma ponderação de 60%, serve como uma ferramenta de avaliação abrangente para avaliar a compreensão dos conceitos teóricos pelos alunos, a sua capacidade de analisar e aplicar conhecimentos em diferentes contextos e o seu domínio geral do material do curso. Este método de avaliação está alinhado com os objetivos de aprendizagem mais amplos da unidade curricular, assegurando que os alunos demonstrem proficiência nos princípios de liderança e na sua aplicação através de conhecimentos teóricos e competências de pensamento crítico.

Em geral, a coerência entre as metodologias de ensino, os métodos de avaliação e os objetivos de aprendizagem garantem que os alunos têm amplas oportunidades de se envolverem com o conteúdo do curso, aplicarem os conhecimentos em contextos práticos e demonstrarem a sua compreensão e domínio dos princípios de liderança.

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

A coherent alignment between teaching methodologies, with a distribution of assessment weights among case study analysis (30%), personal leadership development plan (30%), and a final exam (40%) is well-aligned with the learning objectives.

The utilization of case studies as an assessment method corresponds directly with the objective of gaining practical insights and application of leadership principles, as outlined in the curriculum's objectives. Through case study analysis, students are challenged to apply theoretical knowledge to real-world scenarios, fostering critical thinking and problem-solving skills essential for effective leadership.

The inclusion of a personal leadership development plan as an assessment method is coherent with the objective of developing self-awareness and personal growth in leadership capabilities. By requiring students to reflect on their strengths, weaknesses, and leadership style, and formulate a plan for personal development, this assessment method facilitates the attainment of learning objectives related to personal leadership development.

Additionally, the final exam, weighted at 60%, serves as a comprehensive assessment tool to evaluate students' understanding of theoretical concepts, their ability to analyze and apply knowledge in different contexts, and their overall mastery of the course material. This assessment method aligns with the broader learning objectives of the curriculum unit, ensuring that students demonstrate proficiency in leadership principles and their application through theoretical knowledge and critical thinking skills.

Overall, the coherence between teaching methodologies, assessment methods, and learning objectives ensures that students have ample opportunities to engage with course content, apply knowledge in practical settings, and demonstrate their understanding and mastery of leadership principles.

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (PT):

Cogliser, C. C., & Brigham, K. H. (2004). The intersection of leadership and entrepreneurship: Mutual lessons to be learned. The Leadership Quarterly, 15(6), 771-799

Christensen, C. M. (2013). The innovator's dilemma: when new technologies cause great firms to fail. Harvard Business Review Press.

McGrath, R. G., & MacMillan, I. C. (2000). The entrepreneurial mindset: Strategies for continuously creating opportunity in an age of uncertainty (Vol. 284). Harvard Business Press.

Sinek, S. (2014). Leaders eat last: Why some teams pull together and others don't. Penguin.

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (EN):

Cogliser, C. C., & Brigham, K. H. (2004). *The intersection of leadership and entrepreneurship: Mutual lessons to be learned. The Leadership Quarterly*, 15(6), 771-799

Christensen, C. M. (2013). *The innovator's dilemma: when new technologies cause great firms to fail*. Harvard Business Review Press.

McGrath, R. G., & MacMillan, I. C. (2000). *The entrepreneurial mindset: Strategies for continuously creating opportunity in an age of uncertainty* (Vol. 284). Harvard Business Press.

Sinek, S. (2014). *Leaders eat last: Why some teams pull together and others don't*. Penguin.

4.2.17. Observações (PT):

[sem resposta]

4.2.17. Observações (EN):

[sem resposta]

Mapa III - Liderança, Mudança e Impacto**4.2.1. Designação da unidade curricular (PT):**

Liderança, Mudança e Impacto

4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):

Leadership, Change and Impact

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (PT):

CS

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (EN):

SS

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (PT):

Outro

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (EN):

Other

4.2.4. Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):

84.0

4.2.5. Horas de contacto:

Presencial (P) - S-12.0

4.2.6. % Horas de contacto a distância:

0.00%

4.2.7. Créditos ECTS:

3.0

4.2.8. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular:

• Guilherme Hidalgo Barata Martins Victorino - 12.0h

4.2.9. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:

[sem resposta]

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (PT):

No final desta UC, os alunos serão capazes:

- OA1. Analisar, avaliar os princípios fundamentais da liderança efetiva, da gestão da mudança e seu impacto na dinâmica organizacional
- OA2. Demonstrar proficiência em técnicas de desenho de carreira e mentoring, aplicando os conhecimentos adquiridos para criar um plano de desenvolvimento de carreira personalizado, adaptado aos pontos fortes individuais e exigências da indústria
- OA3. Utilizar competências transferíveis para avaliar criticamente e adaptar-se a diversos ambientes profissionais, promovendo a adaptabilidade, a comunicação, a colaboração e as capacidades de resolução de problemas essenciais para uma liderança eficaz e para navegar na mudança organizacional
- OA4. Aplicar quadros teóricos e ferramentas práticas para conceber e implementar intervenções estratégicas para impulsionar mudanças organizacionais e sistêmicas positivas, aproveitando perspectivas interdisciplinares e abordagens inovadoras para enfrentar desafios complexos

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (EN):

Upon completion of this unit, students will be able to:

- LO1. Analyze and evaluate the key principles of effective leadership, change management, and their impact on organizational dynamics
- LO2. Demonstrate proficiency in career design and mentoring techniques by applying acquired knowledge to create a personalized career development plan tailored to individual strengths, aspirations, and industry demands.
- LO3. Utilize transferable skills to critically assess and adapt to diverse professional environments, fostering adaptability, communication, collaboration, and problem-solving abilities essential for effective leadership and navigating organizational change.
- LO4. Apply theoretical frameworks and practical tools to design and implement strategic interventions for driving positive organizational and systemic change, leveraging interdisciplinary perspectives and innovative approaches to address complex challenges.

4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):

- UA1 Fundamentos de Liderança, Conceção de Carreira e Gestão da Mudança
- UA2 Desenvolvimento de Competências Transferíveis e Liderança em Ação
- UA3 Simulação de Gestão da Mudança

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):

- LU1 Foundations of Leadership, Career Design and Change Management
- LU2 Transferable Skills Development and Leadership in Action
- LU3 Change Management Simulation

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

- UA1 aborda OA1, fornecendo conhecimentos sobre princípios de liderança e teorias de gestão da mudança que afetam a dinâmica organizacional
- O OA2 é abordado à medida que os alunos aprendem a orientar carreiras, permitindo planos de desenvolvimento adaptados aos pontos fortes individuais. UA1 inclui o desenvolvimento de competências transferíveis, alinhadas com OA3, abrangendo comunicação, colaboração e resolução de problemas no contexto da liderança e gestão da mudança
- UA2 aborda o OA3, concentrando-se no desenvolvimento de competências transferíveis referidas acima, cruciais para uma liderança eficaz e mudança organizacional
- UA3 aborda OA1 oferecendo experiência prática na análise e avaliação de princípios de gestão da mudança num contexto organizacional simulado. OA4 é abordado quando os alunos aplicam quadros teóricos e ferramentas para conceber e implementar intervenções estratégicas para uma mudança organizacional positiva dentro da simulação

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

LU1 addresses LO1, providing foundational knowledge on leadership principles and change management theories impacting organizational dynamics

LO2 is covered as students learn career design and mentoring, enabling personalized development plans tailored to individual strengths.

LU1 includes transferable skills development, aligning with LO3, covering communication, collaboration, and problem-solving in the context of leadership and change management

LU2 addresses LO3 by focusing on developing transferable skills like adaptability, communication, collaboration, and problem-solving, crucial for effective leadership and navigating organizational change

LU3 addresses LO1 by offering hands-on experience in analyzing and evaluating change management principles within a simulated organizational context. LO4 is directly addressed as students apply theoretical frameworks and tools to design and implement strategic interventions for positive organizational change within the simulation

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (PT):

De um modo geral, o modelo pedagógico da unidade, baseado em seminários com especialistas, foi concebido para proporcionar aos estudantes uma experiência de aprendizagem dinâmica e cativante que combina conhecimentos teóricos com aplicação prática. Ao aprenderem diretamente com os especialistas e ao participarem ativamente em debates e atividades, os estudantes desenvolvem as aptidões e competências necessárias para analisar, compreender e tirar partido das tendências globais em matéria de ciência dos dados, marketing e empreendedorismo. Os métodos de ensino incluem:

Palestras interativas: Apresentação de quadros teóricos e aplicações práticas de tendências globais.

Workshops de análise de dados: Experiência prática na utilização de técnicas de ciência de dados para analisar tendências.

Casos de estudo: Análise de exemplos do mundo real para compreender o impacto das tendências nas empresas e nos mercados.

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (EN):

Overall, the pedagogical model of the unit based on seminars with experts is designed to provide students with a dynamic and engaging learning experience that combines theoretical knowledge with practical application. By learning directly from experts and actively participating in discussions and activities, students develop the skills and competencies needed to analyze, understand, and leverage global trends in data science, marketing, and entrepreneurship. The teaching methods will include:

Interactive Lectures: Presenting theoretical frameworks and practical applications of global trends.

Data Analysis Workshops: Hands-on experience in utilizing data science techniques to analyze trends.

Case Studies: Analyzing real-world examples to understand the impact of trends on businesses and markets.

4.2.14. Avaliação (PT):

Os alunos serão avaliados com base num "Trabalho de reflexão sobre o seminário". Este trabalho é um relatório reflexivo e analítico, onde se espera que os alunos avaliem criticamente o conteúdo abordado no seminário e ofereçam as suas perceções, opiniões e reflexões. A ideia é publicar um ebook com as reflexões dos alunos do grupo.

Métodos de avaliação:

Plano de Conceção de Carreira (30%)

Simulador de Gestão da Mudança (30%)

Avaliação de competências transferíveis (30%)

Participação nas aulas (10%)

4.2.14. Avaliação (EN):

The students will be evaluated based on a "Seminar Reflection Paper". This paper is a reflective and analytical report, where students are expected to critically evaluate the content covered in the seminar and offer their insights, opinions, and reflections. The idea is to publish an ebook with the reflections of the students of the cohort.

Evaluation Methods:

Career Design Plan (30%)

Change Management Simulator (30%)

Transferable Skills Assessment (30%)

In-Class participation (10%)

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

As metodologias de ensino que serão incorporadas no currículo são:

- Sessões individuais de tutoria - fornecendo orientação e apoio personalizados aos alunos no seu percurso de desenvolvimento de carreira e liderança. As sessões de tutoria oferecem oportunidades para os estudantes receberem feedback, explorarem percursos de carreira e desenvolverem planos de ação para atingirem os seus objetivos.*
- São utilizados jogos sérios e técnicas de gamificação para envolver os alunos em atividades de aprendizagem experimental relacionadas com a liderança, a gestão da mudança e o desenvolvimento de carreiras. Por exemplo, os alunos participarão em jogos de simulação que simulam cenários reais de mudança organizacional, onde devem tomar decisões estratégicas e gerir recursos de forma eficaz para alcançar os resultados desejados.*
- Workshops e seminários fora do local de trabalho oferecem aos alunos a oportunidade de interagir com profissionais da indústria, especialistas e profissionais em liderança, gestão da mudança e áreas afins. Estes eventos proporcionam uma plataforma para os alunos adquirirem conhecimentos sobre as tendências emergentes, as melhores práticas e as aplicações no mundo real dos conceitos teóricos discutidos nas aulas. Os workshops incluem atividades práticas, discussões de grupo e estudos de casos que incentivam a participação ativa e a colaboração entre os estudantes.*

Ao incorporar estas metodologias de ensino no currículo, os alunos podem beneficiar de uma experiência de aprendizagem holística e imersiva que combina conhecimentos teóricos com aplicações práticas, orientação personalizada e perceções do mundo real, preparando-os, em última análise, para funções de liderança e carreiras com impacto.

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

The teaching methodologies that will be incorporated into the curriculum are:

- Individual mentoring sessions - providing personalized guidance and support to students in their career development and leadership journey. Mentoring sessions offer opportunities for students to receive feedback, explore career pathways, and develop action plans to achieve their objectives.*
- Serious games and gamification techniques are used to engage students in experiential learning activities related to leadership, change management, and career development. For example, students will participate in simulation games that simulate real-world scenarios of organizational change, where they must make strategic decisions and manage resources effectively to achieve desired outcomes.*
- Offsite workshops and seminars will offer students the opportunity to interact with industry professionals, experts, and practitioners in leadership, change management, and related fields. These events provide a platform for students to gain insights into emerging trends, best practices, and real-world applications of theoretical concepts discussed in class. Workshops include hands-on activities, group discussions, and case studies that encourage active participation and collaboration among students.*

By incorporating these teaching methodologies into the curriculum, students can benefit from a holistic and immersive learning experience that combines theoretical knowledge with practical applications, personalized guidance, and real-world insights, ultimately preparing them for leadership roles and impactful careers.

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (PT):

Conger, J.A. (1992). *Learning to Lead: The Art of Transforming Managers Into Leaders*. San Francisco: Jossey-Bass.

David Rosenbaum, Elizabeth More, Peter Steane, (2018) "Planned organisational change management: Forward to the past? An exploratory literature review", *Journal of Organizational Change Management*, Vol. 31 Issue: 2, pp.286-303, <https://doi.org/10.1108/JOCM-06-2015-0089>

Errida, A., & Lotfi, B. (2021). *The determinants of organizational change management success: Literature review and case study*. *International Journal of Engineering Business Management*, 13, 18479790211016273.

Kotter, J. P. (1996). *Leading change*. Harvard Business Press.

Bennis, W.G., and J. Goldsmith. (1997). *Learning to Lead*. Reading, MA: Addison-Wesley.

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (EN):

Conger, J.A. (1992). *Learning to Lead: The Art of Transforming Managers Into Leaders*. San Francisco: Jossey-Bass.

David Rosenbaum, Elizabeth More, Peter Steane, (2018) "Planned organisational change management: Forward to the past? An exploratory literature review", *Journal of Organizational Change Management*, Vol. 31 Issue: 2, pp.286-303, <https://doi.org/10.1108/JOCM-06-2015-0089>

Errida, A., & Lotfi, B. (2021). *The determinants of organizational change management success: Literature review and case study*. *International Journal of Engineering Business Management*, 13, 18479790211016273.

Kotter, J. P. (1996). *Leading change*. Harvard Business Press.

Bennis, W.G., and J. Goldsmith. (1997). *Learning to Lead*. Reading, MA: Addison-Wesley.

4.2.17. Observações (PT):

[sem resposta]

4.2.17. Observações (EN):

[sem resposta]

Mapa III - Novos Horizontes**4.2.1. Designação da unidade curricular (PT):**

Novos Horizontes

4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):

New Horizons

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (PT):

CS

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (EN):

SS

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (PT):

Outro

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (EN):

Other

4.2.4. Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):

84.0

4.2.5. Horas de contacto:

Presencial (P) - S-12.0

4.2.6. % Horas de contacto a distância:

0.00%

4.2.7. Créditos ECTS:

3.0

4.2.8. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular:

• Miguel De Castro Simões Ferreira Neto - 12.0h

4.2.9. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:

[sem resposta]

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (PT):

Após a conclusão desta unidade, os alunos serão capazes de:

(OA1) Analisar e interpretar tendências globais.

(OA2) Aplicar abordagens baseadas em dados para compreender e prever tendências emergentes.

(OA3) Avaliar o impacto das tendências globais em novas oportunidades.

(OA4) Desenvolver estratégias para alavancar as tendências emergentes

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (EN):

Upon completion of this unit, students will be able to:

(LO1) Analyse and interpret global trends.

(LO2) Apply data-driven approaches to understanding and predicting emerging trends.

(LO3) Assess the impact of global trends on new opportunities.

(LO4) Develop strategies for leveraging emerging trends.

4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):

UA1 Introdução às Tendências Emergentes Globais

UA2 Sustentabilidade e ação climática

UA3 Globalização e geopolítica

UA4 Megatendências culturais e sociais

UA5 Tendências globais de consumo

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):

LU1 Introduction to Global Emerging Trends

LU2 Sustainability and Climate Action

LU3 Globalization and Geopolitics

LU4 Cultural and Social Megatrends

LU5 Global Consumer Trends

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

UA1 alinha-se com OA1, fornecendo conhecimentos para compreender diversas tendências e abordagens baseadas em dados (OA2), destacando o conceito de tendências

UA2 conecta-se a OA3, explorando o impacto das tendências de sustentabilidade nos negócios, contribuindo para OA4 ao analisar como as organizações podem tirar partido das tendências

UA3 liga-se a OA3, analisando o impacto das tendências globais de expansão, também contribuindo para OA4 ao abordar estratégias para enfrentar riscos geopolíticos e alavancar tendências de globalização para o crescimento

UA4 aborda OA1, explorando megatendências culturais e sociais que influenciam o comportamento, contribuindo para OA2 ao enfatizar a importância de prever tendências através de abordagens baseadas em dados

UA5 alinha-se a OA2, focando em abordagens baseadas em dados para entender tendências globais de consumo, contribuindo também para OA4 ao utilizar conhecimentos sobre tendências de consumo na ciência de dados

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

LU1 aligns with LO1, providing foundational knowledge crucial for understanding diverse trends. It establishes the groundwork for data-driven approaches (LO2) by introducing students to trend concepts and their relevance

LU2 correlates with LO3, examining how sustainability trends impact business. Additionally, it contributes to LO4 by exploring how organizations can harness sustainability trends

LU3 is linked to LO3, delving into global trends related to expansion. It contributes to LO4 by discussing strategies for navigating geopolitical risks and leveraging globalization trends for growth

LU4 addresses LO1, exploring cultural and social megatrends influencing behavior. It ties into LO2 by emphasizing the importance of understanding and predicting trends through data-driven approaches

LU5 aligns with LO2, focusing on data-driven approaches to comprehend global consumer trends. It contributes to LO4 by discussing strategies for utilizing consumer trend insights in data science

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (PT):

De um modo geral, o modelo pedagógico da unidade baseado em seminários com especialistas foi concebido para proporcionar aos estudantes uma experiência de aprendizagem dinâmica e cativante que combina conhecimentos teóricos com aplicação prática. Ao aprenderem diretamente com os especialistas e ao participarem ativamente em debates e atividades, os estudantes desenvolvem as aptidões e competências necessárias para analisar, compreender e tirar partido das tendências globais. Os métodos de ensino incluem:

Palestras interativas: Apresentação de quadros teóricos e aplicações práticas de tendências globais.

Workshops de análise de dados: Experiência prática na utilização de técnicas de ciência de dados para analisar tendências.

Estudos de Caso: Análise de exemplos do mundo real para compreender o impacto das tendências nas organizações e nos mercados.

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (EN):

Overall, the pedagogical model of the unit based on seminars with experts is designed to provide students with a dynamic and engaging learning experience that combines theoretical knowledge with practical application. By learning directly from experts and actively participating in discussions and activities, students develop the skills and competencies needed to analyze, understand, and leverage global trends. The teaching methods will include:

Interactive Lectures: Presenting theoretical frameworks and practical applications of global trends.

Data Analysis Workshops: Hands-on experience in utilizing data science techniques to analyze trends.

Case Studies: Analyzing real-world examples to understand the impact of trends on organizations and markets.

4.2.14. Avaliação (PT):

Os alunos serão avaliados com base num "Trabalho de Reflexão do Seminário". Este trabalho é um relatório reflexivo e analítico, onde se espera que os alunos avaliem criticamente o conteúdo abordado no seminário e ofereçam as suas perceções, opiniões e reflexões. A ideia é publicar um ebook com as reflexões dos alunos do grupo.

4.2.14. Avaliação (EN):

The students will be evaluated based on a "Seminar Reflection Paper". This paper is a reflective and analytical report, where students are expected to critically evaluate the content covered in the seminar and offer their insights, opinions, and reflections. The idea is to publish an ebook with the reflections of the students of the cohort.

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

As metodologias de ensino escolhidas são especificamente adaptadas para equipar os alunos com as aptidões e competências necessárias para analisar, interpretar e alavancar as tendências globais.

As aulas interativas fornecem aos alunos os conhecimentos e a compreensão necessários para analisar e interpretar as tendências globais (OA1). Ao apresentar aplicações práticas, os alunos aprendem a aplicar abordagens baseadas em dados para compreender e prever tendências emergentes (OA2). As aulas sobre aplicações práticas ajudam os alunos a avaliar o impacto das tendências globais na dinâmica do mercado (OA3). Através da apresentação de estratégias e exemplos do mundo real, os alunos desenvolvem competências para tirar partido das tendências emergentes (OA4). O Workshop de Análise de Dados apoia diretamente o OA2 ao proporcionar experiência prática na utilização de técnicas de ciência de dados para analisar tendências. A metodologia de Estudos de Caso apoia os quatro objetivos, analisando exemplos do mundo real para compreender o impacto das tendências na sociedade

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

The chosen teaching methodologies are specifically tailored to equip students with the necessary skills and competencies to analyze, interpret, and leverage global trends.

Interactive lectures provide students with the knowledge and understanding necessary to analyze and interpret global trends (LO1). By presenting practical applications, students learn how to apply data-driven approaches to understanding and predicting emerging trends (LO2). Lectures on practical applications help students assess the impact of global trends on market dynamics (LO3). Through the presentation of strategies and real-world examples, students develop skills for leveraging emerging trends (LO4). The Data Analysis Workshop directly supports LO2 by providing hands-on experience in utilizing data science techniques to analyze trends. Case Studies methodology supports all four objectives by analyzing real-world examples to understand the impact of trends on society.

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (PT):

ESPAS - Global Trends to 2030

<https://ec.europa.eu/assets/epsc/pages/espas/chapter1.html>

Retief, F., Bond, A., Pope, J., Morrison-Saunders, A., & King, N. (2016). Global megatrends and their implications for environmental assessment practice. *Environmental Impact Assessment Review*, 61, 52-60.

Vesnic Alujevic, L., Muench, S. and Stoermer, E., *Reference foresight scenarios: Scenarios on the global standing of the EU in 2040*, Publications Office of the European Union, Luxembourg, 2023, doi:10.2760/490501, JRC132943.

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (EN):

ESPAS - Global Trends to 2030

<https://ec.europa.eu/assets/epsc/pages/espas/chapter1.html>

Retief, F., Bond, A., Pope, J., Morrison-Saunders, A., & King, N. (2016). Global megatrends and their implications for environmental assessment practice. *Environmental Impact Assessment Review*, 61, 52-60.

Vesnic Alujevic, L., Muench, S. and Stoermer, E., *Reference foresight scenarios: Scenarios on the global standing of the EU in 2040*, Publications Office of the European Union, Luxembourg, 2023, doi:10.2760/490501, JRC132943.

4.2.17. Observações (PT):

[sem resposta]

4.2.17. Observações (EN):

[sem resposta]

Mapa III - Roda da Inovação e Criação de Valor**4.2.1. Designação da unidade curricular (PT):**

Roda da Inovação e Criação de Valor

4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):

Innovation and Value Creation Wheel

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (PT):

CE

4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (EN):

BS

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (PT):

Trimestral 2ºT

4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (EN):

Quarterly 2nd Q

4.2.4. Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):

112.0

4.2.5. Horas de contacto:

Presencial (P) - TP-16.0

4.2.6. % Horas de contacto a distância:

0.00%

4.2.7. Créditos ECTS:

4.0

4.2.8. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular:

• Luís Filipe Costa Lages - 16.0h

4.2.9. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:

[sem resposta]

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (PT):

OA1. Conhecimento e compreensão:

o papel de um decisor chave, stakeholders

quais são os desafios associados à resolução de problemas

o processo de inovação e de criação de valor global utilizando a VCW-Value Creation Wheel,

a importância de ter em conta as necessidades das partes interessadas na resolução de problemas

como aumentar o valor para as partes interessadas e reduzir os custos.

OA2. Competências específicas de como inovar para criar uma solução de sucesso:

criar valor para atuais e novos clientes

criar valor em mercados internacionais

utilizar a inovação de valor e a criação de valor global nas organizações modernas

OA3. Competências gerais:

pensamento analítico e inovação

aprendizagem ativa e estratégias de aprendizagem

resolução de problemas complexos

pensamento crítico e análise

criatividade, originalidade e iniciativa

Diversas ferramentas e técnicas podem ser combinadas através da utilização de um meta-quadro,

o valor da responsabilidade social

4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (EN):

LO1. Knowledge and understanding about:

•the role of a key decision maker

•what are the challenges associated with solving REAL PROBLEMS for an organization/start-up/individual

•the process of innovation and global value creation using the VCW-Value Creation Wheel

•the importance of considering stakeholders' needs when solving problems

•how to increase value for stakeholders while lowering costs

LO2. Subject-specific skills about:

•how to innovate to create a successful solution

•how to create value for existing customers and new customers

•how to create value across international markets

•how to use value innovation and global value

LO3. General skills about:

•analytical thinking and innovation,

•active learning and learning strategies

•complex problem-solving

•critical thinking and analysis

•creativity, originality, and initiative

•how diverse tools and techniques from different fields

•the value of social responsibility when developing new solutions.

4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):

As aulas consistem em discussões sobre a teoria em diferentes domínios (por exemplo, inovação, empreendedorismo, criação de valor, resolução de problemas, estratégia e marketing) e as suas aplicações com exemplos. A primeira parte da aula será essencialmente sobre teoria e a segunda parte sobre aplicações práticas no âmbito do projeto de grupo. Esta componente prática do curso será apoiada pela VCW-Value Creation Wheel (Lages, 2016). A VCW é uma poderosa estrutura de inovação e tomada de decisões para identificar soluções para uma vasta gama de problemas reais, integrando ferramentas de diferentes domínios. Espera-se que o projeto de grupo:

- Aborde um problema desafiador solucionável de uma organização/start-up,
- Ter um impacto concreto por exemplo, a nível de gestão, políticas públicas, social
- Ser academicamente credível, apoiado por dados apropriados e relevantes,
- Ter um decisor-chave (KDM) - ou vários KDMs - que tenha um problema real e deseje trabalhar como parceiro

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):

The classes consist of discussions about theory across different fields (e.g., innovation, entrepreneurship, value creation, problem-solving, strategy, and marketing) and its applications with examples. The first part of the class will be mostly about theory and the second part about practical applications within the group project. This practical component of the course will be supported by the VCW-Value Creation Wheel (Lages, 2016). The VCW is a powerful innovation and decision-making framework for identifying solutions for a broad range of real problems while integrating tools from different fields. The group project is expected to:

- Address a solvable challenging problem of an organization/start-up,
- Have a concrete impact (e.g., managerial, public policy, social),
- Be academically credible, supported by appropriate and relevant data,
- Have a key decision maker (KDM) – or several KDMs - who has a real problem and wishes to work as a partner.

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

Este curso será apoiado pela teoria e pela resolução de desafios organizacionais reais, pela discussão e resolução de casos de estudo, bem como por exercícios na sala de aula que contribuam para atingir os OA1 e OA2.

Espera-se que os alunos se envolvam, participem, questionem e façam exercícios dentro e fora da aula. Ao mesmo tempo que fornece conhecimentos sobre os blocos de construção que permitirão aos alunos aprender as melhores práticas de inovação e criação de valor, o curso contribuirá para o OA3, ajudando a desenvolver uma vasta gama de competências que ajudam a analisar, planear e implementar soluções para resolver desafios organizacionais complexos.

4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

This course will be supported by theory and the resolution of real organization challenges, discussion and resolution of case studies, as well as in-class exercises which contribute to achieve LO1 and LO2.

Students are expected to get involved, participate, question, and do exercises inside and outside the class. While providing insights about the building blocks that will allow students to learn the best practices of innovation and value creation, the course will contribute to LO3 by helping to develop a wide range of skills which help to analyze, plan and implement solutions to solve complex organizational challenges.

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (PT):

Os métodos pedagógicos utilizados para a unidade curricular englobam uma combinação de aulas teóricas, workshops interativos e casos de estudo:

- As aulas teóricas servem como componente fundamental, fornecendo aos alunos conhecimentos teóricos relativos à compreensão de conceitos-chave em diferentes domínios (por exemplo, inovação, empreendedorismo, criação de valor, resolução de problemas, estratégia, marketing).
- Workshops interativos onde os alunos participam em exercícios práticos para aplicar conceitos teóricos e uma vasta gama de quadros. Através destes workshops, os alunos desenvolvem competências analíticas críticas e ganham experiência prática na implementação da Roda da Criação de Valor.
- Casos de estudo que oferecem exemplos reais de casos bem e mal sucedidos. Ao analisar estes casos, os alunos aprofundam a sua compreensão da resolução de problemas e da importância de uma tomada de decisão eficaz.

Esta abordagem multifacetada da pedagogia garante que os alunos tenham uma sólida base teórica apoiada por uma educação abrangente e prática.

4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (EN):

The pedagogical methods employed for the curricular unit encompass a blend of theoretical instruction, interactive workshops and case studies:

- Lectures serve as a foundational component, providing students with theoretical knowledge regarding understanding of key concepts across different fields (e.g., innovation, entrepreneurship, value creation, problem-solving, strategy, marketing).

- Interactive workshops where students engage in practical exercises to apply theoretical concepts and a wide range of frameworks. Through these workshops, students develop critical analytical skills and gain hands-on experience in implementing the Value Creation Wheel.

- Case studies that offer real-world examples of successful and unsuccessful cases. By analyzing these cases, students deepen their understanding of problem solving, and the importance of effective decision-making.

This multifaceted approach to pedagogy ensures that students have a solid theoretical background supported by a comprehensive and practical education.

4.2.14. Avaliação (PT):

Trabalhos individuais - 40%.

Projeto Roda de Criação de Valor (trabalho de grupo) - 60%

4.2.14. Avaliação (EN):

Individual assignments - 40%

Value Creation Wheel project (group work) - 60%

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):

Esta unidade curricular será apoiada pela resolução de desafios organizacionais reais, sessões com oradores convidados (KDMs - key decision-makers), discussão e resolução de casos de estudo e exercícios na sala de aula. Isto proporcionará conhecimentos sobre os blocos de construção que permitirão aos alunos aprender as melhores práticas de inovação e criação de valor e adquirir competências para analisar, planear e implementar soluções para resolver desafios organizacionais complexos, respeitando o contributo dos KDMs e considerando o contributo das partes interessadas internas e externas.

4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):

This course will be supported by the resolution of real organization challenges, guest speakers' (KDMs- key decision-makers) sessions, discussion and resolution of case studies, and in-class exercises. This will provide insights about the building blocks that will allow students to learn the best practices of innovation and value creation and acquire skills to analyze, plan and implement solutions to solve complex organizational challenges while respecting the input of the KDMs and considering the input of internal and external stakeholders.

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (PT):

Blank, S. (2013). "Why the Lean Start-up Changes Everything" Harvard Business Review, 91(5), 63-72

DeLong, T. J., & Vijayaraghavan, V. (2012). "Should you Listen to the Customer?" Harvard Business Review, 90(Sep.), 129-131

Fonseca, Vânia, Lages, Luís Filipe, Kim, Phillip (2018). "Deimos: Expanding to a New Market Using the Value Creation Wheel." Harvard Business Publishing. (Includes Teaching Note)

Lages, Luis Filipe (2016) "VCW-Value Creation Wheel: Innovation, Technology, Business, and Society," Journal of Business Research, 69(11), 4849-4855

Lages, Luis Filipe, Fonseca, V., & Paulino, M. (2018). The VCW-Value Creation Wheel: A Framework for Market Selection and Global Growth. In Advances in Global Marketing . Springer, Cham. pp. 253-279

Lages, Luis Filipe, Ricard, A., Hemonnet, Goujot, A., & Guerin, A. M. (2020). "Frameworks for Innovation, Collaboration, and Change: Value Creation Wheel, Design Thinking, Creative Problem Solving and Lean." Strategic Change, 29(2), 195-213

4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (EN):

Blank, S. (2013). "Why the Lean Start-up Changes Everything" Harvard Business Review, 91(5), 63-72

DeLong, T. J., & Vijayaraghavan, V. (2012). "Should you Listen to the Customer?" Harvard Business Review, 90(Sep.), 129-131

Fonseca, Vânia, Lages, Luís Filipe, Kim, Phillip (2018). "Deimos: Expanding to a New Market Using the Value Creation Wheel." Harvard Business Publishing. (Includes Teaching Note)

Lages, Luis Filipe (2016) "VCW-Value Creation Wheel: Innovation, Technology, Business, and Society," Journal of Business Research, 69(11), 4849-4855

Lages, Luis Filipe, Fonseca, V., & Paulino, M. (2018). The VCW-Value Creation Wheel: A Framework for Market Selection and Global Growth. In Advances in Global Marketing . Springer, Cham. pp. 253-279

Lages, Luis Filipe, Ricard, A., Hemonnet, Goujot, A., & Guerin, A. M. (2020). "Frameworks for Innovation, Collaboration, and Change: Value Creation Wheel, Design Thinking, Creative Problem Solving and Lean." Strategic Change, 29(2), 195-213

4.2.17. Observações (PT):*[sem resposta]***4.2.17. Observações (EN):***[sem resposta]***Mapa III - Trabalho de Projeto Final****4.2.1. Designação da unidade curricular (PT):***Trabalho de Projeto Final***4.2.1. Designação da unidade curricular (EN):***Trabalho de Projeto Final***4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (PT):***CE***4.2.2. Sigla da área científica em que se insere (EN):***BS***4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (PT):***Semestral 2ºS***4.2.3. Duração (anual, semestral ou trimestral) (EN):***Semiannual 2nd S***4.2.4. Horas de trabalho (número total de horas de trabalho):***840.0***4.2.5. Horas de contacto:***Presencial (P) - OT-28.0***4.2.6. % Horas de contacto a distância:***0.00%***4.2.7. Créditos ECTS:***30.0***4.2.8. Docente responsável e respetiva carga letiva na Unidade Curricular:***• Guilherme Hidalgo Barata Martins Victorino - 28.0h***4.2.9. Outros docentes e respetivas cargas letivas na unidade curricular:***[sem resposta]***4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (PT):***Não Aplicável***4.2.10. Objetivos de aprendizagem e a sua compatibilidade com o método de ensino (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes). (EN):***Not applicable***4.2.11. Conteúdos programáticos (PT):***De acordo com o tema escolhido pelo orientando*

4.2.11. Conteúdos programáticos (EN):*According to the topic chosen by the student***4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):***Não Aplicável***4.2.12. Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):***Not applicable***4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (PT):***Não Aplicável***4.2.13. Metodologias de ensino e de aprendizagem específicas da unidade curricular articuladas com o modelo pedagógico. (EN):***Not applicable***4.2.14. Avaliação (PT):***Não Aplicável***4.2.14. Avaliação (EN):***Not applicable***4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (PT):***Não aplicável.***4.2.15. Demonstração da coerência das metodologias de ensino e avaliação com os objetivos de aprendizagem da unidade curricular. (EN):***Not applicable***4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (PT):***De acordo com o tema escolhido pelo orientando***4.2.16. Bibliografia de consulta/existência obrigatória (EN):***According to the topic chosen by the student***4.2.17. Observações (PT):***[sem resposta]***4.2.17. Observações (EN):***[sem resposta]***4.3. Unidades Curriculares (opções)****4.4. Plano de Estudos**

Mapa V - Geral - 1

4.4.1. Ramos, variantes, áreas de especialização, especialidades ou outras formas de organização em que o ciclo de estudos se estrutura (a preencher apenas quando aplicável)* (PT):

Geral

4.4.1. Ramos, variantes, áreas de especialização, especialidades ou outras formas de organização em que o ciclo de estudos se estrutura (a preencher apenas quando aplicável)* (EN):

General

4.4.2. Ano curricular:

1

4.4.3. Plano de Estudos

Unidade Curricular	Área Científica	Duração	Horas Trabalho	Horas Contacto	% HC a distância	Tipo	Opcional	ECTS
Liderança, Mudança e Impacto	CS	Outro	84.0	P: S-12.0	0.00%		Não	3.0
Novos Horizontes	CS	Outro	84.0	P: S-12.0	0.00%		Não	3.0
Trabalho de Projeto Final	CE	Semestral	840.0	P: OT-28.0	0.00%		Não	30.0
Construção de marcas na era digital	CE	Trimestral	112.0	P: TP-16.0	0.00%		Não	4.0
Design Thinking para a inovação baseada em dados	CE	Trimestral	112.0	P: TP-16.0	0.00%		Não	4.0
Financiamento de novas empresas e estratégias de crescimento	CE	Trimestral	112.0	P: TP-16.0	0.00%		Não	4.0
Gestão Estratégica e Expansão Internacional	CE	Trimestral	112.0	P: TP-16.0	0.00%		Não	4.0
Liderança de equipas e organizações empresariais	CE	Trimestral	112.0	P: TP-16.0	0.00%		Não	4.0
Roda da Inovação e Criação de Valor	CE	Trimestral	112.0	P: TP-16.0	0.00%		Não	4.0
Total: 9								

4.5. Metodologias e Fundamentação

4.5.1.1. Justificar o desenho curricular. (PT)

Este ciclo de estudos incorpora duas unidades curriculares, partilhadas por todos os mestrados executivos, embora sujeitas a ligeiras variações nos conteúdos programáticos, adaptadas às temáticas específicas dos respetivos programas ("Novos Horizontes" e "Liderança, Mudança e Impacto"). A estas, acresce um conjunto adicional de seis unidades curriculares, especificamente desenhadas para este mestrado.

A UC Novos Horizontes constitui-se como um módulo inicial, sendo composta por um conjunto de seminários projetados para preparar o terreno para o programa de mestrado executivo, propriamente dito, na vanguarda da educação em inovação e ciência de dados. Foca-se em temas atuais e transversais, visando dotar os alunos com uma visão estratégica para antecipar mudanças de mercado e tomar decisões informadas. Além disso, oferece relevância para a indústria e oferece inúmeras oportunidades de networking ao conectar os alunos com líderes e especialistas da indústria.

As seis unidades curriculares estrategicamente criadas servem como blocos de construção, fornecendo uma compreensão global de aspetos cruciais, como design thinking, estratégias de crescimento, inovação financeira, marketing digital e gestão estratégica. Ao integrar perfeitamente estas unidades curriculares, o nosso objetivo é

Apresentação do pedido | Novo ciclo de estudos

providenciar as competências e insights necessários para explorar as complexidades do empreendedorismo empresarial com base em dados, garantindo uma base robusta para a conceção, o planeamento estratégico e o lançamento bem-sucedido dos negócios num mundo em constante evolução da inovação orientada por IA.

A UC de Liderança, Mudança e Impacto configura-se como um módulo conclusivo neste ciclo de estudos, assumindo a natureza de uma capstone. Esta UC foi estruturada com o propósito de proporcionar aos alunos a oportunidade de aplicar de forma colaborativa o conhecimento adquirido ao longo do curso, conferindo uma dimensão prática e integradora ao processo de aprendizagem.

4.5.1.1. Justificar o desenho curricular. (EN)

This cycle of studies incorporates two curricular units, shared by all the executive master's degrees, although subject to slight variations in the contents of the syllabus, adapted to the specific themes of the respective programs ("New Horizons" and "Leadership, Change and Impact"). On top of these, there is an additional set of six curricular units, specifically designed for each executive master's degree.

The New Horizons CU is an initial module, comprising a set of seminars designed to prepare the ground for the executive master's program itself, at the forefront of data science education. It focuses on current and cross-cutting themes, aiming to equip students with a strategic vision to anticipate market changes and make informed decisions. In addition, it offers industry relevance and provides numerous networking opportunities by connecting students with industry leaders and experts.

The six strategically crafted curricular units serve as building blocks, providing a holistic understanding of crucial aspects such as design thinking, growth strategies, financial innovation, digital marketing, and strategic management.

By seamlessly integrating these units, we aim to equip you with the skills and insights necessary to navigate the complexities of entrepreneurial ventures, ensuring a robust foundation for ideation, strategic planning, and the successful launch of your business in the ever-evolving world of AI-driven innovation.

The CU Leadership, Change and Impact is the concluding module in this cycle of studies and is a capstone. This course has been structured with the aim of giving students the opportunity to apply the knowledge acquired throughout the course in a collaborative way, giving a practical and integrative dimension to the learning process.

4.5.1.2. Percentagem de créditos ECTS de unidades curriculares lecionadas predominantemente a distância.

0.0

4.5.2.1.1. Modelo pedagógico que constitui o referencial para a organização do processo de ensino e aprendizagem das unidades curriculares (PT)

Todo o percurso de aprendizagem está centrado no estudante, tornando-o ator do seu processo de aquisição de competências e de conhecimento.

As UC New Horizons e Leadership, Change and Impact funcionarão de um modo concentrado ao longo de dois fins-de-semana consecutivos (6 horas entre sexta-feira e sábado), no início e final do percurso curricular, de forma a oferecer aos nossos estudantes uma compreensão abrangente e interconectada dos desafios e oportunidades enfrentados pelo mundo moderno.

A estratégia de aprendizagem e ensino para este programa tem em consideração a natureza prática deste e dos seus estudantes, residindo na premissa de envolver ativamente os estudantes no processo de aprendizagem, em contraposição a uma mera receção passiva de informações. Nesse sentido, visa estabelecer ligações entre o conteúdo do curso e aplicações do mundo real, fomentando oportunidades para que os estudantes participem ativamente. Além disso, o programa incentiva interações colaborativas entre os alunos e os professores, criando um ambiente propício à aprendizagem conjunta e à troca de conhecimentos.

Por isso, a nossa estratégia pedagógica centra-se em dois domínios principais: a criação de conhecimento e o desenvolvimento e implementação de abordagens pedagógicas ativas. Consideramos como uma das melhores práticas não só a implementação contínua de metodologias ativas de aprendizagem e estratégias de ensino diferenciadas, mas também o investimento em equipamento de ponta nas nossas instalações, a promoção de iniciativas de desenvolvimento do corpo docente e a ligação às nossas principais partes interessadas: estudantes, empresas e outros parceiros.

Para uma aquisição de conhecimentos mais efetiva e com vista à promoção de networking, entendemos que a metodologia de ensino mais adequada é o regime presencial com propostas de inovação pedagógica tais como: Flipped Classroom, Project-based learning, Team-based learning.

Assim, o método Flipped Classroom permite que os estudantes tenham acesso aos materiais antes das aulas para que o tempo disponibilizado em aula seja dedicado à componente prática. Por outro lado, a metodologia baseada em Project-based learning envolve os alunos em problemas com relevância do mundo real fortalecendo a componente prática deste mestrado. Por último, o Team-based learning promove a cooperação e o trabalho em equipa uma vez que os trabalhos identificados requerem a constituição de grupos para a resolução de problemas, sendo que o objetivo é promover a colaboração eficaz, o desenvolvimento de habilidades interpessoais e a responsabilidade coletiva.

4.5.2.1.1. Modelo pedagógico que constitui o referencial para a organização do processo de ensino e aprendizagem das unidades curriculares (EN)

The entire learning path is centered on the student, making them an actor in their process of acquiring skills and knowledge. The courses New Horizons and Leadership, Change and Impact will run in a concentrated manner over two consecutive weekends (6 hours between Friday and Saturday), at the beginning and end of the course, in order to offer our students a comprehensive and interconnected understanding of the challenges and opportunities facing the modern world.

The learning and teaching strategy for this program takes into account the practical nature of the program and its students, based on the premise of actively involving students in the learning process, as opposed to merely passively receiving information. In this sense, it aims to establish links between course content and real-world applications, fostering opportunities for students to participate actively. In addition, the program encourages collaborative interactions between students and teachers, creating an environment conducive to joint learning and the exchange of knowledge.

For this reason, our pedagogical strategy focuses on two main areas: the creation of knowledge and the development and implementation of active teaching approaches. We consider it best practice not only to continually implement active learning methodologies and differentiated teaching strategies, but also to invest in state-of-the-art equipment in our facilities, to promote faculty development initiatives and to connect with our main stakeholders: students, companies and other partners.

For a more effective acquisition of knowledge and with a view to promoting networking, we believe that the most appropriate teaching methodology is face-to-face teaching with proposals for pedagogical innovation such as: Flipped Classroom, Project-based learning, Team-based learning.

Thus, the Flipped Classroom method allows students to have access to materials before classes so that the time available in class is dedicated to the practical component. On the other hand, the Project-based learning methodology involves students in problems with real-world relevance, strengthening the practical component of this master's degree. Finally, Team-based learning promotes cooperation and teamwork since the assignments identified require groups to solve problems, the aim being to promote effective collaboration, the development of interpersonal skills and collective responsibility.

4.5.2.1.2. Anexos do modelo pedagógico

[sem resposta]

4.5.2.1.3. Adequação das metodologias de ensino e aprendizagem aos objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências) definidos para o ciclo de estudos.(PT)

A integração da aprendizagem baseada em projetos (PBL), da aprendizagem baseada em equipas (TBL) e do modelo de sala de aula invertida no ensino do empreendedorismo é fundamental devido à natureza prática e dinâmica deste domínio. A metodologia PBL permite colocar os estudantes perante cenários empresariais reais, levando-os a aplicar conhecimentos teóricos a desafios do mundo real, promovendo uma natureza colaborativa do empreendedorismo.

Além disso, o modelo de sala de aula invertida otimiza o tempo de aula para a aplicação prática e a aprendizagem experimental. Ao fornecer princípios teóricos através do estudo autónomo fora das aulas, os alunos chegam preparados para se envolver profundamente com as temáticas do curso durante as sessões presenciais.

O objetivo é que os alunos desenvolvam as competências práticas, as capacidades de pensamento crítico e a mentalidade colaborativa necessárias para enfrentar eficazmente os desafios e as oportunidades do mundo do empreendedorismo.

4.5.2.1.3. Adequação das metodologias de ensino e aprendizagem aos objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências) definidos para o ciclo de estudos. (EN)

The integration of project-based learning (PBL), team-based learning (TBL) and the flipped classroom model in entrepreneurship education is fundamental due to the practical and dynamic nature of this field. The PBL methodology allows students to be faced with real business scenarios, leading them to apply theoretical knowledge to real-world challenges, promoting the collaborative nature of entrepreneurship.

In addition, the flipped classroom model optimises class time for practical application and experiential learning. By providing theoretical principles through self-study outside of class, students arrive prepared to engage deeply with the course themes during face-to-face sessions.

The aim is for students to develop the practical skills, critical thinking abilities and collaborative mindset needed to effectively tackle the challenges and opportunities of the world of entrepreneurship.

4.5.2.1.4. Identificação das formas de garantia da justeza, fiabilidade e acessibilidade das metodologias e dos processos de avaliação (PT)

- Divulgação clara e antecipada das metodologias e critérios de avaliação a todos os alunos, através do Moodle (esta informação é também partilhada pelo docente no primeiro dia de aulas);
- Existência do regulamento de avaliação do aproveitamento dos estudantes da NOVA IMS (Regulamento n.º 94/2018 de 7 de fevereiro);
- Disponibilização de duas oportunidades de avaliação para cada unidade curricular;
- Diversificação dos métodos de avaliação (exames, trabalhos práticos, projetos, apresentações) para uma avaliação abrangente e adaptada às especificidades de cada UC;
- Horários semanais de atendimento dos docentes para esclarecimento de dúvidas e feedback sobre o desempenho dos alunos;

- Disponibilização de recursos e apoios apropriados para garantir equidade na avaliação, especialmente para alunos com necessidades especiais;
- Promoção de uma cultura de integridade académica entre alunos e corpo docente, com medidas preventivas e detetivas de fraude.

4.5.2.1.4. Identificação das formas de garantia da justeza, fiabilidade e acessibilidade das metodologias e dos processos de avaliação (EN)

- Clear and early dissemination of assessment methodologies and criteria to all students via Moodle (this information is also shared by the lecturer on the first day of classes);
- Existence of NOVA IMS student performance assessment regulations (Regulation no. 94/2018 of 7 February);
- Provision of two assessment opportunities for each course unit;
- Diversification of assessment methods (exams, practical work, projects, presentations) for a comprehensive assessment adapted to the specificities of each course;
- Weekly timetables for teachers to answer questions and give feedback on student performance;
- Provision of appropriate resources and support to ensure fairness in assessment, especially for students with special needs;
- Promoting a culture of academic integrity among students and teaching staff, with fraud prevention and detection measures.

4.5.2.1.5. Formas de garantia de que a avaliação da aprendizagem dos estudantes será feita em função dos objetivos de aprendizagem da unidade curricular (PT)

A avaliação da aprendizagem é conduzida individualmente, com a metodologia específica de avaliação de cada unidade curricular (UC) sendo determinada pelo docente responsável. A garantia de que a avaliação da aprendizagem dos estudantes está alinhada com os objetivos de aprendizagem é garantida por meio do cruzamento, análise e avaliação de informações obtidas através de dois elementos principais:

- 1) Recolha de informação utilizando os instrumentos disponíveis no NOVA SIMAQ, nomeadamente o Questionário da perceção dos estudantes sobre o funcionamento das UCs, o Questionário da perceção dos docentes sobre o funcionamento das UCs e o Relatório da UC.
- 2) Implementação de procedimentos de acompanhamento, que incluem a monitorização da elaboração das Fichas de Unidades Curriculares (FUCs), reuniões promovidas pelo Diretor do ciclo de estudos com os docentes e com os estudantes, além de ações desenvolvidas tanto pelo Gabinete de Apoio ao Aluno quanto pelo Gabinete de Apoio ao Docente.

4.5.2.1.5. Formas de garantia de que a avaliação da aprendizagem dos estudantes será feita em função dos objetivos de aprendizagem da unidade curricular (EN)

Learning assessment is conducted individually, with the specific assessment methodology for each course unit (CU) being determined by the teacher in charge. Ensuring that the assessment of student learning is aligned with the learning objectives is guaranteed by cross-referencing, analysing and evaluating information obtained through two main elements:

- 1) Gathering information using the instruments available on NOVA SIMAQ, namely the Questionnaire on students' perceptions of how the CUs work, the Questionnaire on teachers' perceptions of how the CUs work and the CU Report.
- 2) Implementation of follow-up procedures, which include monitoring the preparation of Course Outlines (FUCs), meetings organised by the Director of the study cycle with teachers and students, as well as actions developed by both the Student Support Office and the Teacher Support Office.

4.5.2.1.6. Demonstração da existência de mecanismos de acompanhamento do percurso e do sucesso académico dos estudantes (PT)

Dentro dos mecanismos implementados, destacamos os seguintes:

- Implementação de um projeto de Business Intelligence para a monitorização constante e automática dos Key Performance Indicators (KPI) institucionais. Através de dashboards dinâmicos e interativos, a instituição é capaz de analisar em tempo real diversos indicadores, sendo justamente a eficiência formativa um deles
- A NOVA IMS reconhece a importância da interação direta entre docentes e estudantes. Todos os docentes possuem horários de atendimento semanal, oferecendo assim aos alunos a oportunidade de receberem apoio sempre que necessário, possibilitando o esclarecimento de dúvidas e a discussão de temas relacionados com o percurso académico
- Os docentes comprometem-se a fornecer feedback a cada momento avaliativo dos alunos, sejam exames, trabalhos ou projetos, incluindo sugestões de melhoria. Esta abordagem proativa visa potenciar o desenvolvimento académico dos estudantes, orientando-os na trajetória para o sucesso

4.5.2.1.6. Demonstração da existência de mecanismos de acompanhamento do percurso e do sucesso académico dos estudantes. (EN)

Among the mechanisms implemented, we would highlight the following:

- Implementation of a Business Intelligence project for constant and automatic monitoring of institutional Key Performance Indicators (KPIs). Through dynamic and interactive dashboards, the institution is able to analyse various indicators in real time, one of which is training efficiency.
- NOVA IMS recognises the importance of direct interaction between teachers and students. All lecturers have weekly office hours, thus offering students the opportunity to receive support whenever necessary, enabling them to clarify doubts and discuss issues related to their academic career.

Apresentação do pedido | Novo ciclo de estudos

- Teachers are committed to providing feedback at every moment of student assessment, be it exams, assignments or projects, including suggestions for improvement. This proactive approach aims to boost students' academic development, guiding them on the path to success

4.5.2.1.7. Metodologias de ensino previstas com vista a facilitar a participação dos estudantes em atividades científicas (quando aplicável) (PT)

A NOVA IMS promove ativamente uma metodologia pedagógica baseada na autonomia e no desenvolvimento dos estudantes, promovendo o pensamento crítico, a reflexão perante desafios e o diálogo multidisciplinar.

Neste contexto, foram criados 11 laboratórios especializados, cujo objetivo passa por promover uma interligação entre a investigação realizada na NOVA IMS e os vários estratos da comunidade. Esta experiência visa promover a transferência de conhecimento em consonância com as exigências específicas do mercado, estabelecendo uma conexão efetiva entre a universidade e o mundo empresarial.

Esta metodologia pedagógica assegura que o centro do processo de ensino-aprendizagem é o aluno, a quem se pretende incutir autonomia no processo de reflexão sobre a realidade, promovendo abordagens inovadoras e valorizando o trabalho em equipa, apresentando o docente como um mentor e mediador no processo de aquisição de conhecimentos.

4.5.2.1.7. Metodologias de ensino previstas com vista a facilitar a participação dos estudantes em atividades científicas (quando aplicável) (EN)

NOVA IMS actively promotes a pedagogical methodology based on student autonomy and development, fostering critical thinking, reflection in the face of challenges and multidisciplinary dialogue.

In this context, 11 specialised laboratories have been set up, the aim of which is to promote an interconnection between the research carried out at NOVA IMS and the various strata of the community. This experience aims to promote the transfer of knowledge in line with the specific demands of the market, establishing an effective connection between the university and the business world.

This pedagogical methodology ensures that the centre of the teaching-learning process is the student, whose aim is to instil autonomy in the process of reflecting on reality, promoting innovative approaches and valuing teamwork, presenting the teacher as a mentor and mediator in the process of acquiring knowledge.

4.5.2.2.1. Fundamentação do número total de créditos ECTS e da duração do ciclo de estudos (PT)

O ciclo de estudos em análise desenvolve-se em dois semestres, totalizando 60 ECTS. Atendendo ao Decreto-Lei 74/2006, na sua redação atual, tal é justificado na medida em que este mestrado foi orientado para estudantes com mais de 5 anos de experiência profissional que pretendem efetuar uma especialização das suas competências profissionais, tendo sido desenvolvido com o envolvimento de empresas da região de Lisboa, com as quais os alunos desenvolverão os seus trabalhos finais de projeto.

As unidades curriculares são desenvolvidas no primeiro semestre (30 ECTS), sendo que no segundo semestre deverá ser realizado o trabalho de projeto final, em articulação com as empresas parceiras, com 30 ECTS.

4.5.2.2.1. Fundamentação do número total de créditos ECTS e da duração do ciclo de estudos (EN)

The study cycle in question takes place over two semesters, totalling 60 ECTS. Given the current wording of Decree-Law 74/2006, this is justified insofar as this master's programme is aimed at students with more than 5 years' professional experience who want to deepen their professional skills. It has been developed with the involvement of companies in the Lisbon region, with which the students will carry out their final project work.

The curricular units are developed in the first semester (30 ECTS), with the final project work being carried out in the second semester, in conjunction with the partner companies, with 30 ECTS.

4.5.2.2.2. Forma de verificação de que a carga média de trabalho que será necessária aos estudantes corresponde ao estimado em créditos ECTS (PT)

No âmbito do Sistema Interno de Monitorização e Avaliação da Qualidade da NOVA (NOVA SIMAQ), os estudantes são inquiridos sobre se, na sua perspetiva, "A relação entre o volume de trabalho e o número de ECTS é "adequada" (escala: 1-Discordo Completamente; ...; 6-Concordo Completamente), no questionário da perceção dos estudantes sobre o funcionamento das unidades curriculares (UC). A equipa docente tem acesso aos resultados dos inquéritos e é incentivada a preencher o Relatório da UC, no qual deve apresentar sugestões de melhoria para situações inadequadas. O Coordenador de cada UC, tendo também em conta a experiência de ensino em anos anteriores, deve, em articulação com o Diretor do Ciclo de Estudos e com o Conselho Pedagógico, procurar que os ECTS correspondam ao tempo de estudo necessário, nomeadamente ao nível de revisão dos conteúdos programáticos e dos elementos de avaliação.

4.5.2.2.2. Forma de verificação de que a carga média de trabalho que será necessária aos estudantes corresponde ao estimado em créditos ECTS. (EN)

As part of NOVA's Internal Quality Monitoring and Evaluation System (NOVA SIMAQ), students are asked whether, from their perspective, "The relationship between workload and number of ECTS is "adequate" (scale: 1-Completely Disagree; ...; 6-Completely Agree), in the questionnaire on students' perceptions of the functioning of the course

units (UC). The teaching team has access to the results of the surveys and is encouraged to fill in the CU Report, in which they should make suggestions for improvement in inadequate situations. The Coordinator of each UC, also taking into account teaching experience in previous years, should, in conjunction with the Director of the Cycle of Studies and the Pedagogical Council, ensure that the ECTS correspond to the necessary study time, namely in terms of reviewing programme content and assessment elements.

4.5.2.2.3. Forma como os docentes foram consultados sobre a metodologia de cálculo do número de créditos ECTS das unidades curriculares (PT)

Na sequência do Regulamento de aplicação do sistema de créditos curriculares à Universidade Nova de Lisboa (Diário da República n.º 226, Aviso n.º 10646 /2005, de 24 de novembro), para todos os ciclos de estudos da NOVA IMS, fixou-se em 28 o número de horas de trabalho correspondentes a 1 ECTS.

Todos os docentes foram consultados sobre o número de créditos a atribuir às diversas unidades curriculares, tendo tido participação ativa no processo de elaboração das fichas de unidade curricular.

O trabalho dos estudantes foi estimado em função dos objetivos e competências específicas de cada unidade curricular, tomando como referência a experiência adquirida pela respetiva equipa docente, bem como os créditos fixados em ciclos de estudos de natureza similar ministrados na NOVA IMS e no espaço europeu.

4.5.2.2.3. Forma como os docentes foram consultados sobre a metodologia de cálculo do número de créditos ECTS das unidades curriculares (EN)

Na sequência do Regulamento de aplicação do sistema de créditos curriculares à Universidade Nova de Lisboa (Diário da República n.º 226, Aviso n.º 10646 /2005, de 24 de novembro), para todos os ciclos de estudos da NOVA IMS, fixou-se em 28 o número de horas de trabalho correspondentes a 1 ECTS.

Todos os docentes foram consultados sobre o número de créditos a atribuir às diversas unidades curriculares, tendo tido participação ativa no processo de elaboração das fichas de unidade curricular

O trabalho dos estudantes foi estimado em função dos objetivos e competências específicas de cada unidade curricular, tomando como referência a experiência adquirida pela respetiva equipa docente, bem como os créditos fixados em ciclos de estudos de natureza similar ministrados na NOVA IMS e no espaço europeu.

4.5.2.3. Observações (PT)

As unidades curriculares (UCs) "Novos Horizontes" e "Liderança, Mudança e Impacto" serão lecionadas de um modo concentrado em dois fins-de-semana (6 horas entre sexta-feira e sábado).

A UC "Novos Horizontes" será uma UC introdutória, tendo lugar antes das 6 unidades curriculares "core" do curso.

A UC "Liderança, Mudança e Impacto" será uma UC final, ocorrendo apenas após o término de todas as outras UCs.

4.5.2.3. Observações (EN)

The curricular units (CU) "New Horizons" and "Leadership, Change and Impact" will be taught in a concentrated manner over two weekends (6 hours between Friday and Saturday).

The "New Horizons" will be an introductory CU, taking place before the 6 core curricular units of the course.

The UC "Leadership, Change and Impact" will be a final CU, occurring only after the end of all other UCs.

5. Pessoal Docente

5.1. Docente(s) responsável(eis) pela coordenação da implementação do ciclo de estudos.

• Maria Manuela Simoes Aparício Da Costa

5.2. Pessoal docente do ciclo de estudos

Nome	Categoria	Grau	Vínculo	Especialista	Regime de	Informação
------	-----------	------	---------	--------------	-----------	------------

Nome	Categoria	Grau	Vínculo	Especialista	Regime de	Informação
Miguel De Castro Simões Ferreira Neto	Professor Associado ou equivalente	Doutor Produção agrícola e animal	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018		100	Ficha Submetida CienciaVitae OrcID
Diego Costa Pinto	Professor Associado ou equivalente	Doutor Gestão	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018		100	Ficha Submetida CienciaVitae OrcID
Roberto André Pereira Henriques	Professor Associado ou equivalente	Doutor Gestão e administração	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018		100	Ficha Submetida CienciaVitae OrcID
Maria Manuela Simoes Aparício Da Costa	Professor Auxiliar ou equivalente	Doutor Estatística	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018		100	Ficha Submetida CienciaVitae OrcID
Fernando José Ferreira Lucas Bação	Professor Catedrático ou equivalente	Doutor Gestão e Administração	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018		100	Ficha Submetida CienciaVitae OrcID
Frederico Miguel Campos Cruz Ribeiro De Jesus	Professor Associado ou equivalente	Doutor Estatística	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018		100	Ficha Submetida CienciaVitae OrcID
Luís Filipe Costa Lages	Professor Catedrático ou equivalente	Doutor Marketing e Negócios Internacionais	Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018		100	Ficha Submetida CienciaVitae OrcID
Guilherme Hidalgo Barata Martins Victorino	Professor Auxiliar convidado ou equivalente	Doutor Gestão e Administração	Outro vínculo		100	Ficha Submetida CienciaVitae OrcID
					Total: 800	

5.2.1. Ficha curricular do docente

5.2.1.1. Dados Pessoais - Miguel De Castro Simões Ferreira Neto

Vínculo com a IES

Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018

Categoria

Professor Associado ou equivalente

Grau Associado

Sim

Grau

Doutoramento - 3º ciclo

Área científica deste grau académico (PT)

Produção agrícola e animal

Área científica deste grau académico (EN)

[no answer]

Ano em que foi obtido este grau académico

2005

Instituição que conferiu este grau académico

Instituto Superior de Agronomia – Universidade de Lisboa

Título de Especialista (Art. 3.º alínea g) do DL n.º 74/2006, de 24 de março na redação do DL n.º 65/2018, 16 de Agosto)

Não

Área científica do título de especialista (PT)

[sem resposta]

Área científica do título de especialista (EN)

[no answer]

Ano em que foi obtido o título de especialista

-

Regime de dedicação na instituição que submete a proposta (%)

100

CienciaVitae

9D17-BEED-EF66

Orcid

0000-0002-7265-3890

Autorização para que as informações pessoais sejam guardadas e utilizadas para fins funcionais e analíticos

Sim

5.2.1.2. Filiação Unidades de Investigação - Miguel De Castro Simões Ferreira Neto

Unidades de Investigação	Classificação FCT	Instituição de ensino superior (IES)	Tipo unidade investigação	Docente Integrado
Centro de Investigação em Gestão de Informação (MagIC)	Muito Bom	Instituto Superior de Estatística e Gestão de Informação - NOVA Information Management School (NOVA IMS) (NOVA IMS/UNL)	Institucional	Sim

5.2.1.3. Outros graus académicos ou títulos - Miguel De Castro Simões Ferreira Neto

Ano	Grau ou Título	Área	Instituição	Classificação
1992	Licenciatura		Universidade de Évora	15
1995	Mestrado		Universidade de Évora	

5.2.1.4. Formação pedagógica - Miguel De Castro Simões Ferreira Neto

5.2.1.5. Distribuição do serviço docente - Miguel De Castro Simões Ferreira Neto

Unidade Curricular	Ciclo de estudos	Total horas contacto	T	TP	PL	TC	S	E	OT	O
Cidades Inteligentes e Sustentáveis	Lic. em Sistemas e Tecnologias de Informação / Lic. em Gestão de Informação	6.0		6.0						
Business Intelligence	Mestrado em Data Science and Advanced Analytics	3.0		3.0						
Business Intelligence I	Mestrado em Gestão de Informação	12.0		12.0						
Business Intelligence II	Mestrado em Gestão de Informação	12.0		12.0						
Metodologias de Investigação	Todos os mestrados	54.0					54.0			

5.2.1.1. Dados Pessoais - Diego Costa Pinto

Vínculo com a IES

Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018

Categoria

Professor Associado ou equivalente

Grau Associado

Sim

Grau

Doutoramento - 3º ciclo

Área científica deste grau académico (PT)

Gestão

Área científica deste grau académico (EN)

Management

Ano em que foi obtido este grau académico

2013

Instituição que conferiu este grau académico

NEOMA Business School (França) (Registo DGES: 120180235016)

Título de Especialista (Art. 3.º alínea g) do DL n.º 74/2006, de 24 de março na redação do DL n.º 65/2018, 16 de Agosto)

Não

Área científica do título de especialista (PT)

[sem resposta]

Área científica do título de especialista (EN)

[no answer]

Ano em que foi obtido o título de especialista

-

Regime de dedicação na instituição que submete a proposta (%)

100

CienciaVitae

CA1A-BEF2-9EF6

Orcid

0000-0003-4418-9450

Autorização para que as informações pessoais sejam guardadas e utilizadas para fins funcionais e analíticos

Sim

5.2.1.2. Filiação Unidades de Investigação - Diego Costa Pinto

Unidades de Investigação	Classificação FCT	Instituição de ensino superior (IES)	Tipo unidade investigação	Docente Integrado
Centro de Investigação em Gestão de Informação (MagIC)	Muito Bom	Instituto Superior de Estatística e Gestão de Informação - NOVA Information Management School (NOVA IMS) (NOVA IMS/UNL)	Institucional	Sim

5.2.1.3. Outros graus académicos ou títulos - Diego Costa Pinto

Ano	Grau ou Título	Área	Instituição	Classificação
2011	Mestrado	Management (Major in Marketing)	UFRGS – Universidade Federal do Rio Grande do Sul (Brasil)	A / IAG 3 (nota máxima)
2009	Licenciatura	Management (Major in Marketing)	UFRGS – Universidade Federal do Rio Grande do Sul (Brasil)	NA

5.2.1.4. Formação pedagógica - Diego Costa Pinto

Formação pedagógica relevante para a docência
DSAIPA/DS/0113/2019 - Data Science and Over-Indebtedness: Use of Artificial Intelligence Algorithms in Credit Consumption and Indebtedness Conciliation in Portugal (FCT Portugal)
European Regional Development Fund. Portugal 2020 / LISBOA 2020 (NOVA Update - Lisboa-74-2018-01)
Projet Essaimage (França) : Consommation Responsable de l'Eau - Economiser nos Richesses (Conseil Régional Champagne-Ardennes – 2012-2015)
SESI Company (Brasil): Consultancy on Consumer Health Literacy (2016-2017)
Marketing Consultant for CFT and Box1824 (2004-2017): several consultancy projects for companies such as RedBull, TIM Mobile, Kraft Foods, Grendene Group (Melissa), Ipiranga (Ultra Group), and Calçados Bibi.

5.2.1.5. Distribuição do serviço docente - Diego Costa Pinto

Unidade Curricular	Ciclo de estudos	Total horas contacto	T	TP	PL	TC	S	E	OT	O
Comportamento do Consumidor	Mestrado em Data Driven Marketing	48.0		48.0						
Desenho Experimental	Mestrado em Data Driven Marketing	8.0	0.0	8.0						
Desenho Experimental	Doutoramento em Gestão de Informação	25.0	0.0	25.0						
Estratégia e Inovação em Marketing	Mestrado em Data Driven Marketing	56.0		56.0						
Metodologias de Investigação	Mestrados	18.0					18.0			

5.2.1.1. Dados Pessoais - Roberto André Pereira Henriques

Vínculo com a IES

Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018

Categoria

Professor Associado ou equivalente

Grau Associado

Sim

Grau

Doutoramento - 3º ciclo

Área científica deste grau académico (PT)

Gestão e administração

Área científica deste grau académico (EN)

Management and administration

Ano em que foi obtido este grau académico

2010

Instituição que conferiu este grau académico

Instituto Superior de Estatística e Gestão de Informação – Universidade Nova de Lisboa

Título de Especialista (Art. 3.º alínea g) do DL n.º 74/2006, de 24 de março na redação do DL n.º 65/2018, 16 de Agosto)

Não

Área científica do título de especialista (PT)

[sem resposta]

Área científica do título de especialista (EN)

[no answer]

Ano em que foi obtido o título de especialista

-

Regime de dedicação na instituição que submete a proposta (%)

100

CienciaVitae

641E-C4B1-8B56

Orcid

0000-0002-4862-8177

Autorização para que as informações pessoais sejam guardadas e utilizadas para fins funcionais e analíticos

Sim

5.2.1.2. Filiação Unidades de Investigação - Roberto André Pereira Henriques

Unidades de Investigação	Classificação FCT	Instituição de ensino superior (IES)	Tipo unidade investigação	Docente Integrado
Centro de Investigação em Gestão de Informação (MagIC)	Muito Bom	Instituto Superior de Estatística e Gestão de Informação - NOVA Information Management School (NOVA IMS) (NOVA IMS/UNL)	Institucional	Sim

5.2.1.3. Outros graus académicos ou títulos - Roberto André Pereira Henriques

Ano	Grau ou Título	Área	Instituição	Classificação
2002	Licenciatura		Universidade de Évora	15
2006	Mestrado		Instituto Superior de Estatística e Gestão de Informação – Universidade Nova de Lisboa	Muito Bom por unanimidade
2010	Doutoramento	Gestão e administração	Instituto Superior de Estatística e Gestão de Informação – Universidade Nova de Lisboa	Aprovado com Distinção e Louvor por unanimidade

5.2.1.4. Formação pedagógica - Roberto André Pereira Henriques

Formação pedagógica relevante para a docência
March 2020, PIN project participation. Project on peer review and feedback from observed lectures. UNL
March 16th 2021, Returning to Campus session. Pedagogical Approach and training on the classroom
December 16, 2020. Online assessment using proctoring Respondus training or Zoom
June 15th, 2021, Training on Moodle. Basics, intermediate and advanced stages. 4 weeks training. João Mouro, FCT
February 3rd, 2021 Talk Remotamente Eloquente from Joana Marques, WayBeyond.pt
May, 30th 2020 How to build multiple choice questions. Gabriela Silva, NOVA Medical School

5.2.1.5. Distribuição do serviço docente - Roberto André Pereira Henriques

Unidade Curricular	Ciclo de estudos	Total horas contacto	T	TP	PL	TC	S	E	OT	O
Aprendizagem Máquina I	Licenciatura em Ciência dos Dados	10.0		10.0						
Aprendizagem Máquina	Licenciatura em Gestão de Informação	10.0		10.0						
Data Mining I	Mestrado em Gestão de Informação	8.0		8.0						
Data Mining II	Mestrado em Gestão de Informação	8.0		8.0						
Geospatial Data Mining	Mestrado em Geospatial Technologies	8.0		8.0						
Metodologias de Investigação	Todos os Mestrados	36.0		36.0						
Metodologias de Investigação	Mestrado em Data Science and Advanced Analytics	6.0					6.0			
Aprendizagem Automática	Mestrado em Data Science and Advanced Analytics	42.0		42.0						

5.2.1.1. Dados Pessoais - Maria Manuela Simoes Aparício Da Costa

Vínculo com a IES

Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018

Categoria

Professor Auxiliar ou equivalente

Grau Associado

Sim

Grau

Doutoramento - 3º ciclo

Área científica deste grau académico (PT)

Estatística

Área científica deste grau académico (EN)

Statistics

Ano em que foi obtido este grau académico

2017

Instituição que conferiu este grau académico

Instituto Superior de Estatística e Gestão de Informação – Universidade Nova de Lisboa

Título de Especialista (Art. 3.º alínea g) do DL n.º 74/2006, de 24 de março na redação do DL n.º 65/2018, 16 de Agosto)

Não

Área científica do título de especialista (PT)

[sem resposta]

Área científica do título de especialista (EN)

[no answer]

Ano em que foi obtido o título de especialista

-

Regime de dedicação na instituição que submete a proposta (%)

100

CienciaVitae

D71A-D2F3-5C61

Orcid

0000-0003-4261-0344

Autorização para que as informações pessoais sejam guardadas e utilizadas para fins funcionais e analíticos

Sim

5.2.1.2. Filiação Unidades de Investigação - Maria Manuela Simoes Aparício Da Costa

Unidades de Investigação	Classificação FCT	Instituição de ensino superior (IES)	Tipo unidade investigação	Docente Integrado
Centro de Investigação em Gestão de Informação (MagIC)	Muito Bom	Instituto Superior de Estatística e Gestão de Informação - NOVA Information Management School (NOVA IMS) (NOVA IMS/UNL)	Institucional	Sim

5.2.1.3. Outros graus académicos ou títulos - Maria Manuela Simoes Aparício Da Costa

Ano	Grau ou Título	Área	Instituição	Classificação
1992	Licenciatura	Contabilidade e? Administração	Instituto Superior de Contabilidade de? Lisboa (ISCAL)?	12
1994	Licenciatura	Economia	ISMAG/Universidade Lusófona?	13
1994	Pós-Graduação	Impostos para as empresas	UCP-Escola de Pós-Graduações em Ciências? Económicas e Empresariais da Universidade? Católica Portuguesa	N/A
2006	Mestrado	Estudos da Informação e? Bibliotecas Digitais	Instituto Universitário de Lisboa (ISCTEIUL)?	16
2017	Doutoramento	Estatística	Instituto Superior de Estatística e Gestão de Informação - Universidade Nova de Lisboa	Aprovado com distinção e louvor

5.2.1.4. Formação pedagógica - Maria Manuela Simoes Aparício Da Costa

Formação pedagógica relevante para a docência
Microcredential for On-Line Education

5.2.1.5. Distribuição do serviço docente - Maria Manuela Simoes Aparício Da Costa

Unidade Curricular	Ciclo de estudos	Total horas contacto	T	TP	PL	TC	S	E	OT	O
Sistemas de Informação	Licenciatura em Ciência dos Dados / Licenciatura Sistemas e Tecnologias de Informação / Licenciatura em Gestão de Informação	21.0		21.0						
Sistemas de Informação Empresariais	Licenciatura em Gestão de Informação	21.0		21.0						
Teoria e Prática dos Sistemas de Informação	Licenciatura em Sistemas e Tecnologias de Informação	21.0		21.0						
Metodologias de Investigação	Todos os Mestrados	36.0					36.0			
Transformação Digital	Mestrado em Data Science and Advanced Analytics	77.0		77.0						

5.2.1.1. Dados Pessoais - Fernando José Ferreira Lucas Bação

Vínculo com a IES

Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018

Categoria

Professor Catedrático ou equivalente

Grau Associado

Sim

Grau

Doutoramento - 3º ciclo

Área científica deste grau académico (PT)

Gestão e Administração

Área científica deste grau académico (EN)

Management and Administration

Ano em que foi obtido este grau académico

2005

Instituição que conferiu este grau académico

Instituto Superior de Estatística e Gestão de Informação - Universidade Nova de Lisboa

Título de Especialista (Art. 3.º alínea g) do DL n.º 74/2006, de 24 de março na redação do DL n.º 65/2018, 16 de Agosto)

Não

Área científica do título de especialista (PT)

[sem resposta]

Área científica do título de especialista (EN)

[no answer]

Ano em que foi obtido o título de especialista

-

Regime de dedicação na instituição que submete a proposta (%)

100

CienciaVitae

3B1F-1112-3793

Orcid

0000-0002-0834-0275

Autorização para que as informações pessoais sejam guardadas e utilizadas para fins funcionais e analíticos

Sim

5.2.1.2. Filiação Unidades de Investigação - Fernando José Ferreira Lucas Bação

Unidades de Investigação	Classificação FCT	Instituição de ensino superior (IES)	Tipo unidade investigação	Docente Integrado
Centro de Investigação em Gestão de Informação (MagIC)	Muito Bom	Instituto Superior de Estatística e Gestão de Informação - NOVA Information Management School (NOVA IMS) (NOVA IMS/UNL)	Institucional	Sim

5.2.1.3. Outros graus académicos ou títulos - Fernando José Ferreira Lucas Bação

Ano	Grau ou Título	Área	Instituição	Classificação
1993	Mestrado	Estatística	Instituto Superior de Estatística e Gestão de Informação - Universidade Nova de Lisboa	NA
1991	Licenciatura	Sociologia e estudos culturais	Faculdade de Ciências Sociais e Humanas - Universidade Nova de Lisboa	NA

5.2.1.4. Formação pedagógica - Fernando José Ferreira Lucas Bação

5.2.1.5. Distribuição do serviço docente - Fernando José Ferreira Lucas Bação

Unidade Curricular	Ciclo de estudos	Total horas contacto	T	TP	PL	TC	S	E	OT	O
Aprendizagem Máquina II	Licenciatura em Ciência dos Dados	21.0		21.0						
Aspetos fundamentais da informação	Licenciatura em Gestão de Informação	21.0		21.0						
Data Mining	Mestrado em Data Science and Advanced Analytics	42.0		42.0						
Data Mining Geoespacial	Mestrado em Ciência e Sistemas de Informação Geográfica	28.0		28.0						
Data Mining I	Mestrado em Gestão de Informação	36.0		36.0						
Machine Learning	Doutoramento em Gestão de Informação	20.0					20.0			
Metodologias de Investigação	Mestrados	18.0		18.0						
Tomada de decisão orientada por dados	Mestrado em Gestão de Informação	24.0		24.0						
Seminário de Investigação I	Doutoramento em Gestão de Informação	20.0					20.0			

5.2.1.1. Dados Pessoais - Frederico Miguel Campos Cruz Ribeiro De Jesus

Vínculo com a IES

Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018

Categoria

Professor Associado ou equivalente

Grau Associado

Sim

Grau

Doutoramento - 3º ciclo

Área científica deste grau académico (PT)

Estatística

Área científica deste grau académico (EN)

Statistics

Ano em que foi obtido este grau académico

2016

Instituição que conferiu este grau académico

Universidade NOVA de Lisboa

Título de Especialista (Art. 3.º alínea g) do DL n.º 74/2006, de 24 de março na redação do DL n.º 65/2018, 16 de Agosto)

Não

Área científica do título de especialista (PT)

[sem resposta]

Área científica do título de especialista (EN)

[no answer]

Ano em que foi obtido o título de especialista

-

Regime de dedicação na instituição que submete a proposta (%)

100

CienciaVitae

1117-611E-7C31

Orcid

0000-0002-4446-5980

Autorização para que as informações pessoais sejam guardadas e utilizadas para fins funcionais e analíticos

Sim

5.2.1.2. Filiação Unidades de Investigação - Frederico Miguel Campos Cruz Ribeiro De Jesus

Unidades de Investigação	Classificação FCT	Instituição de ensino superior (IES)	Tipo unidade investigação	Docente Integrado
Centro de Investigação em Gestão de Informação (MagIC)	Muito Bom	Instituto Superior de Estatística e Gestão de Informação - NOVA Information Management School (NOVA IMS) (NOVA IMS/UNL)	Institucional	Sim

5.2.1.3. Outros graus académicos ou títulos - Frederico Miguel Campos Cruz Ribeiro De Jesus

Ano	Grau ou Título	Área	Instituição	Classificação
2009	Licenciatura	Estatística	Instituto Superior de Estatística e Gestão de Informação	12
2012	Mestrado	Estatística	Instituto Superior de Estatística e Gestão de Informação	17

5.2.1.4. Formação pedagógica - Frederico Miguel Campos Cruz Ribeiro De Jesus

5.2.1.5. Distribuição do serviço docente - Frederico Miguel Campos Cruz Ribeiro De Jesus

Unidade Curricular	Ciclo de estudos	Total horas contacto	T	TP	PL	TC	S	E	OT	O
Análise de Dados	Licenciatura em Gestão de Informação	21.0		21.0	0.0					
Aspetos Fundamentais da Ciência de Dados	Licenciatura em Ciência dos Dados	42.0		42.0						
Business Process Management	Mestrado em Data Science and Advanced Analytics	21.0		21.0						
Business Process Management	Licenciaturas	21.0		21.0						
Business Process Management	Mestrado em Data Science and Advanced Analytics	11.0		11.0						
Metodologias de Investigação	Mestrados	36.0					36.0			
Métodos Analíticos e Engenharia de Marketing	Mestrado em Data Driven Marketing	42.0		42.0						
Programação para a Gestão	Licenciatura em Gestão de Informação	11.0		11.0						

5.2.1.1. Dados Pessoais - Luís Filipe Costa Lages

Vínculo com a IES

Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018

Categoria

Professor Catedrático ou equivalente

Grau Associado

Sim

Grau

Doutoramento - 3º ciclo

Área científica deste grau académico (PT)

Marketing e Negócios Internacionais

Área científica deste grau académico (EN)

Marketing and Internacional Business

Ano em que foi obtido este grau académico

2001

Instituição que conferiu este grau académico

University of Warwick, United Kingdom

Título de Especialista (Art. 3.º alínea g) do DL n.º 74/2006, de 24 de março na redação do DL n.º 65/2018, 16 de Agosto)

Não

Área científica do título de especialista (PT)

[sem resposta]

Área científica do título de especialista (EN)

[no answer]

Ano em que foi obtido o título de especialista

-

Regime de dedicação na instituição que submete a proposta (%)

100

CienciaVitae

9B13-08CE-8ED0

Orcid

0000-0001-9693-848X

Autorização para que as informações pessoais sejam guardadas e utilizadas para fins funcionais e analíticos

Sim

5.2.1.2. Filiação Unidades de Investigação - Luís Filipe Costa Lages

Unidades de Investigação	Classificação FCT	Instituição de ensino superior (IES)	Tipo unidade investigação	Docente Integrado
Nova School of Business and Economics (NOVA SBE)	Excelente	Faculdade de Economia da Universidade Nova de Lisboa - Nova School of Business and Economics (FE/UNL)	Institucional	Sim

5.2.1.3. Outros graus académicos ou títulos - Luís Filipe Costa Lages

Ano	Grau ou Título	Área	Instituição	Classificação
2006	Agregação	Marketing	Universidade Nova de Lisboa	
2001	Doutoramento	Marketing	University of Warwick, UK	
1996	Mestrado	Marketing	University of Coventry, UK	Mérito

5.2.1.4. Formação pedagógica - Luís Filipe Costa Lages

5.2.1.5. Distribuição do serviço docente - Luís Filipe Costa Lages

5.2.1.1. Dados Pessoais - Guilherme Hidalgo Barata Martins Victorino

Vínculo com a IES

Outro vínculo

Categoria

Professor Auxiliar convidado ou equivalente

Grau Associado

Sim

Grau

Doutoramento - 3º ciclo

Área científica deste grau académico (PT)

Gestão e Administração

Área científica deste grau académico (EN)

Management and Administration

Ano em que foi obtido este grau académico

2023

Instituição que conferiu este grau académico

Instituto Superior de Estatística e Gestão de Informação - Universidade Nova de Lisboa

Título de Especialista (Art. 3.º alínea g) do DL n.º 74/2006, de 24 de março na redação do DL n.º 65/2018, 16 de Agosto)

Não

Área científica do título de especialista (PT)

[sem resposta]

Área científica do título de especialista (EN)

[no answer]

Ano em que foi obtido o título de especialista

-

Regime de dedicação na instituição que submete a proposta (%)

100

CienciaVitae

B31B-03A7-D6B6

Orcid

0000-0003-2133-9815

Autorização para que as informações pessoais sejam guardadas e utilizadas para fins funcionais e analíticos

Sim

5.2.1.2. Filiação Unidades de Investigação - Guilherme Hidalgo Barata Martins Victorino

Unidades de Investigação	Classificação FCT	Instituição de ensino superior (IES)	Tipo unidade investigação	Docente Integrado
Centro de Investigação em Gestão de Informação (MagIC)	Muito Bom	Instituto Superior de Estatística e Gestão de Informação - NOVA Information Management School (NOVA IMS) (NOVA IMS/UNL)	Institucional	Sim

5.2.1.3. Outros graus académicos ou títulos - Guilherme Hidalgo Barata Martins Victorino

Ano	Grau ou Título	Área	Instituição	Classificação
2001	Licenciatura	Gestão de Marketing	Instituto Superior de Comunicação Empresarial	14
2007	Mestrado	Gestão de Empresas	Universidade Autónoma de Lisboa	19
2021	Mestrado	Behavioural Sciences	The London School of Economics and Political Science	Distinction

5.2.1.4. Formação pedagógica - Guilherme Hidalgo Barata Martins Victorino

Formação pedagógica relevante para a docência
Formação de Formadores para o Curso Research Skills Development (Doctoral School) – Imperial College London, 2013

5.2.1.5. Distribuição do serviço docente - Guilherme Hidalgo Barata Martins Victorino

Unidade Curricular	Ciclo de estudos	Total horas contacto	T	TP	PL	TC	S	E	OT	O
Startup Venture Studio	Licenciatura em Sistemas e Tecnologias de Informação	32.0		32.0						
Gestão do Conhecimento	Mestrado em Gestão de Informação	42.0		42.0						
Metodologias de Investigação	Mestrados	18.0					18.0			
Innovation Management and Design Thinking	Mestrados	32.0		32.0						
Estratégia e Inovação em Marketing	Mestrado em Data Driven Marketing	56.0		56.0						
Gestão da Mudança	Mestrado em Gestão de Informação	16.0		16.0						

5.3. Dados quantitativos relativos à equipa docente do ciclo de estudos.

5.3.1. Total de docentes do ciclo de estudos (nº e ETI)

5.3.1.1. Número total de docentes.

8

5.3.1.2. Número total de ETI.

8.00

5.3.2. Corpo docente próprio – docentes do ciclo de estudos integrados na carreira docente ou de investigação (art.º 3 DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018).*

Vínculo com a IES	% em relação ao total de ETI
Docente de Carreira (Art. 3º, alínea k) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018	87.50%
Investigador de Carreira (Art. 3º, alínea l) do DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018	0.00%
Outro vínculo	12.50%

5.3.3. Corpo docente academicamente qualificado – docentes do ciclo de estudos com o grau de doutor*

Corpo docente academicamente qualificado	ETI	Percentagem*
Docentes do ciclo de estudos com o grau de doutor (ETI)	800	100.00%

5.3.4. Corpo docente especializado

Corpo docente especializado	ETI	Percentagem*
Doutorados especializados na(s) área(s) fundamental(is) do CE (% total ETI)	7.1	88.75%
Não doutorados, especializados nas áreas fundamentais do CE (% total ETI)	0.0	0.00%
Não doutorados na(s) área(s) fundamental(is) do CE, com Título de Especialista (DL 206/2009) nesta(s) área(s)(% total ETI)	0.0	0.00%
% do corpo docente especializado na(s) área(s) fundamental(is) (% total ETI)		88.75%
% do corpo docente doutorado especializado na(s) área(s) fundamental(is) (% docentes especializados)		100.00%

5.3.5. Corpo Docente integrado em Unidades de Investigação da Instituição, suas subsidiárias ou polos nela integrados (art.º 29.º DL-74/2006, na redação fixada pelo DL-65/2018)

Descrição	ETI	Percentagem*
Corpo Docente integrado em Unidades de Investigação da Instituição, suas subsidiárias ou polos nela integrados	8.0	100.00%

5.3.6. Estabilidade e dinâmica de formação do corpo docente.

Estabilidade e dinâmica de formação	ETI	Percentagem*
Docentes do ciclo de estudos de carreira com uma ligação à instituição por um período superior a três anos	4.0	50.00%
Docentes do ciclo de estudos inscritos em programas de doutoramento há mais de um ano (ETI)	0.0	0.00%

5.4. Desempenho do pessoal docente

5.3.1.1 Procedimento de avaliação do desempenho do pessoal docente e medidas conducentes à sua permanente atualização e desenvolvimento profissional (PT).

A distribuição do corpo docente nas unidades curriculares (UC) da NOVA IMS é responsabilidade do Conselho Científico, assegurando a adequação do perfil dos docentes às UC lecionadas. A avaliação das qualificações e competências docentes segue o Regulamento de Avaliação de Desempenho dos Docentes da NOVA IMS (<https://dre.pt/application/conteudo/1372904>), crucial para a progressão na carreira.

Os estudantes avaliam o desempenho docente pelo Sistema de Monitorização e Avaliação da Qualidade da NOVA (NOVA SIMAQ). O resultado é analisado no Conselho Científico, orientando estratégias para a melhoria contínua do ciclo de estudos.

Para manter os docentes atualizados, a NOVA IMS oferece um plafond anual para participação em conferências, atividades científicas e formação. Além disso, são disponibilizados cursos periódicos, incluindo língua inglesa.

5.3.1.1 Procedimento de avaliação do desempenho do pessoal docente e medidas conducentes à sua permanente atualização e desenvolvimento profissional (EN).

The distribution of the teaching staff in NOVA IMS' curricular units (CUs) is the responsibility of the Scientific Council, ensuring that the profile of the teachers is appropriate to the CUs taught. The assessment of teaching qualifications and competences follows the NOVA IMS Faculty Performance Assessment Regulations (<https://dre.pt/application/conteudo/1372904>), which is crucial for career progression.

Students assess teaching performance through NOVA's Quality Monitoring and Assessment System (NOVA SIMAQ). The result is analysed by the Scientific Council, guiding strategies for the continuous improvement of the study cycle.

To keep lecturers up to date, NOVA IMS offers an annual ceiling for participation in conferences, scientific activities and training. In addition, periodic courses are offered, including English language.

5.3.2.1. Observações (PT)

[sem resposta]

5.3.2.1. Observações (EN)

[sem resposta]

6. Pessoal técnico, administrativo e de gestão

6.1. Número e regime de dedicação do pessoal técnico, administrativo e de gestão afeto à lecionação do ciclo de estudos. Apresentação da estrutura e organização da equipa que colaborará com os docentes do ciclo de estudos. (PT)

A NOVA IMS tinha, à data de 31 de dezembro de 2023, 63 colaboradores não docentes em exercício de funções, com regime de tempo na instituição de 100%: 1 Administrador Executivo de 3.º Grau, 38 Técnicos Superiores, 9 Assistentes Técnicos, 2 Assistente Operacionais, 4 Técnicos de Informática, 2 Especialistas de informática e 7 Dirigentes Intermédios.

Os colaboradores mencionados estão alocados a todos os ciclos de estudo da NOVA IMS e prestarão também apoio à lecionação deste novo ciclo de estudos.

Especificamente, a seguir são indicados os departamentos que colaborarão diretamente com o corpo docente neste ciclo de estudos, com a menção do número de colaboradores em cada um deles:

- Gabinete de Apoio ao Aluno – 1 colaborador
- Gabinete de Apoio ao Docente – 2 colaboradores
- Serviços Académicos – 6 colaboradores
- Serviços de Informática – 7 colaboradores
- Biblioteca e Serviços Documentais – 3 colaboradores
- Marketing dos Cursos e Admissões – 4 colaboradores
- People and Talent – 2 colaboradores
- Serviços Financeiros - 9 colaboradores

Proceder-se-á ainda ao recrutamento de um/uma colaborador/a que estará dedicado exclusivamente à gestão dos Mestrados Executivos da NOVA IMS.

6.1. Número e regime de dedicação do pessoal técnico, administrativo e de gestão afeto à lecionação do ciclo de estudos. Apresentação da estrutura e organização da equipa que colaborará com os docentes do ciclo de estudos. (EN)

As of 31 December 2023, NOVA IMS had 63 non-teaching staff in post, with 100% time at the institution: 1 3rd degree Executive Director, 38 Senior Technicians, 9 Technical Assistants, 2 Operational Assistants, 4 IT Technicians, 2 IT Specialists and 7 Middle Managers.

The above-mentioned employees are assigned to all NOVA IMS study programmes and will also provide teaching support for this new study programme.

Specifically, the departments that will collaborate directly with the teaching staff in this cycle of studies are listed below, with a mention of the number of employees in each of them:

- Student Support Office - 1 employee
- Teacher Support Office - 2 employees
- Academic Services - 6 employees
- IT Services - 7 employees
- Library and Document Services - 3 employees
- Course Marketing and Admissions - 4 employees
- People and Talent - 2 employees
- Financial Services - 9 employees

An employee will also be recruited who will be exclusively dedicated to managing NOVA IMS' Executive Masters programmes.

6.2. Qualificação do pessoal técnico, administrativo e de gestão de apoio à lecionação do ciclo de estudos. (PT)

A política da NOVA IMS é contratar colaboradores com pelo menos um diploma de licenciatura, sendo esta política a seguir na contratação do recurso, que estará exclusivamente dedicado à gestão dos mestrados executivos.

Considerando a qualificação académica do pessoal não-docente, 48 dos 63 colaboradores possuem curso superior, 3 com título de doutor, 15 com mestrado e 30 com licenciatura. Relativamente aos restantes graus académicos, existiam 13 funcionários sem qualificação de ensino superior, tendo concluído o 12º ano ou equivalente, 1 trabalhador com o 9.ºano ou equivalente e 1 trabalhador com 6.º ano ou equivalente.

Relativamente ao desenvolvimento profissional do pessoal não docente, é feito anualmente um levantamento de necessidades de formação dos colaboradores, apostando em formação técnica especializada e em formação interna. Em 2023 foram realizadas 13 ações de formação, que correspondem a um total de 633 horas de formação

Apresentação do pedido | Novo ciclo de estudos

realizadas, frequentadas por 54 colaboradores.

6.2. Qualificação do pessoal técnico, administrativo e de gestão de apoio à lecionação do ciclo de estudos. (EN)

NOVA IMS' policy is to hire staff with at least a bachelor's degree, and this policy will be followed when hiring the resource who will be exclusively dedicated to managing the executive master's programmes.

Considering the academic qualifications of the non-teaching staff, 48 of the 63 employees have a university degree, 3 with a doctorate, 15 with a master's degree and 30 with a bachelor's degree. With regard to other academic qualifications, there were 13 employees without a higher education qualification, having completed the 12th grade or equivalent, 1 employee with the 9th grade or equivalent and 1 employee with the 6th grade or equivalent.

With regard to the professional development of non-teaching staff, an annual survey of employee training needs is carried out, focusing on specialised technical training and in-house training. In 2023, 13 training sessions were held, corresponding to a total of 633 hours of training, attended by 54 employees.

6.3. Procedimento de avaliação do pessoal técnico, administrativo e de gestão e medidas conducentes à sua permanente atualização e desenvolvimento profissional. (PT)

Relativamente à atualização e desenvolvimento profissional do pessoal não docente, é feito anualmente um levantamento de necessidades de formação dos colaboradores, apostando a NOVA IMS em formação técnica especializada e em formação interna, para colmatar estas necessidades. Em 2023 foram realizadas 13 ações de formação, que correspondem a um total de 633 horas de formação realizadas, frequentadas por 54 colaboradores

6.3. Procedimento de avaliação do pessoal técnico, administrativo e de gestão e medidas conducentes à sua permanente atualização e desenvolvimento profissional. (EN)

With regard to the updating and professional development of non-teaching staff, a survey of employee training needs is carried out every year, with NOVA IMS investing in specialised technical training and in-house training to meet these needs. In 2023, 13 training sessions were held, corresponding to a total of 633 hours of training, attended by 54 employees

7. Instalações e Equipamentos

7. 1. Instalações físicas afetas e/ou utilizadas pelo ciclo de estudos, se aplicável. (PT)

A NOVA IMS reúne condições para acomodar 1112 estudantes em simultâneo nos seus espaços letivos (área total de 627 m²), a que acrescem outros 693 lugares disponíveis em espaços partilhados com outras unidades orgânicas da UNL. Dispomos de salas de aula (94 m²), laboratórios informáticos (74 m²), laboratórios de projeto (28 m²) e salas do corpo docente (28 m²).

O nº computadores portáteis para empréstimo aos estudantes aumentou para 72, assim como os equipamentos de videoconferências. Efetuou-se ainda a aquisição de equipamentos e/ou mobiliários que pretendem satisfazer as necessidades de acolhimento e funcionamento dos novos cursos, como por exemplo, o apetrechamento tecnológico das salas de aula para conversão em "smart classrooms".

Foram também disponibilizados novos espaços de estudo com a reformulação da infraestrutura física para a criação do "PhD Hall" para os alunos de doutoramento.

A referir também que a deslocalização da NOVA SBE permitiu à NOVA IMS ocupar parte das instalações do Colégio de Campolide (área total: 1242 m²) dividida nas seguintes valências: biblioteca (821 m²); 3 auditórios com 182, 188 e 388 lugares; 7 salas de aula com 28 lugares; 8 salas de aula com 50 lugares; 1 sala de aula com 83 lugares; 15 gabinetes para docentes e/ou serviços da NOVAIMS, com áreas diversas, entre os 9 e os 54 m².

7. 1. Instalações físicas afetas e/ou utilizadas pelo ciclo de estudos, se aplicável. (EN)

NOVA IMS is able to accommodate 1112 students simultaneously in its teaching spaces (total area of 627 m²), plus another 693 places available in spaces shared with other UNL units. We have classrooms (94 m²), computer labs (74 m²), project labs (28 m²) and faculty rooms (28 m²).

The number of laptops available for loan to students has increased to 72, as has videoconferencing equipment. Equipment and/or furniture was also purchased to meet the needs of the new courses, such as the technological equipping of classrooms for conversion into "smart classrooms".

New study spaces were also made available with the redesign of the physical infrastructure for the creation of the "PhD Hall" for doctoral students.

It should also be noted that the relocation of NOVA SBE allowed NOVA IMS to occupy part of the facilities of Colégio de Campolide (total area: 1242 m²) divided into the following areas: library (821 m²); 3 auditoriums with 182, 188 and 388 seats; 7 classrooms with 28 seats; 8 classrooms with 50 seats; 1 classroom with 83 seats; 15 offices for teachers and/or NOVAIMS services, with different areas, ranging from 9 to 54 m².

7. 2. Sistemas tecnológicos e recursos digitais de mediação afetos e/ou utilizados especificamente pelos estudantes do ciclo de estudos. (PT)

De forma a maximizar a experiência científica e pedagógica dos estudantes, a NOVA IMS, possui infraestruturas digitais modernas e adequadas ao funcionamento do ciclo de estudos e às necessidades do corpo docente e dos estudantes para a realização das suas atividades. Para a gestão do percurso académico dos estudantes, a NOVA IMS utiliza o SIGES (sistema de gestão académica).

Estão disponíveis recursos como o acesso remoto VPN, bem como o acesso livre à Internet, ao sistema Colibri/Zoom, acesso gratuito ao Office 365 e ao programa informático Turnitin e Moodle.

O Moodle é uma plataforma educacional que facilita a interação entre estudantes e docentes em diversas unidades curriculares, possibilitando a disponibilização de materiais de estudo por parte dos docentes, esclarecer dúvidas pelos estudantes bem como a avaliação de trabalhos.

Esta plataforma recorre a dois servidores dedicados (um aplicacional e outro para a base de dados), monitorizados e mantidos pelo Serviço de Informática, com atualizações anuais de versão, bem como manutenção da base de dados

Por outro lado, o E-Thesis é uma ferramenta que permite desmaterializar o processo de submissão de projetos de trabalho final para cursos de Mestrado e Doutoramento, assim como assegurar a interação entre orientador e orientado durante o período de desenvolvimento dos trabalhos finais. Serve igualmente para, de forma desmaterializada, efetuar a nomeação de júris, o agendamento de reuniões e provas públicas e a avaliação das mesmas, assegurando a recolha de todos os documentos inerentes às várias fases do processo e a geração de editais, atas e outros documentos finais, sempre com certificado digital.

Também disponibilizamos a todos os estudantes, acesso online ao catálogo da Biblioteca; empréstimos, reservas e consultas locais de livros; acesso online a bases de indexação de literatura científica e acesso a coleções de revistas, ebooks e outras publicações científicas de um número alargado de editoras nacionais e internacionais de referência e ii) Catálogo de ebooks.

Por último, são disponibilizados diversos softwares para recolha, tratamento e análise de dados destinados à investigação científica.

7. 2. Sistemas tecnológicos e recursos digitais de mediação afetos e/ou utilizados especificamente pelos estudantes do ciclo de estudos. (EN)

In order to maximize the students' scientific and pedagogical experience, NOVA IMS has modern digital infrastructures that are suited to the functioning of the study cycle and the needs of the teaching staff and students to carry out their activities. NOVA IMS uses SIGES (academic management system) to manage students' academic career.

Resources such as VPN remote access are available, as well as free Internet access, the Colibri/Zoom system, free access to Office 365 and the Turnitin and Moodle software.

Moodle is an educational platform that facilitates interaction between students and teachers in various curricular units, making it possible for teachers to make study materials available, for students to clarify doubts and for work to be assessed.

This platform uses two dedicated servers (one for the application and the other for the database), monitored and maintained by the IT Service, with annual version updates, as well as database maintenance.

On the other hand, E-Thesis is a tool that makes it possible to dematerialize the process of submitting final work projects for Master's and PhD courses, as well as ensuring interaction between supervisor and advisee during the period of development of the final work. It also serves to dematerialize the appointment of juries, the scheduling of meetings and public examinations and their evaluation, ensuring the collection of all documents inherent to the various stages of the process and the generation of notices, minutes and other final documents, always with a digital certificate.

We also provide all students with online access to the Library's catalog; loans, reservations and local book consultations; online access to scientific literature indexing databases and access to collections of journals, ebooks and other scientific publications from a large number of leading national and international publishers and ii) ebook catalog.

Finally, various software programs are available for collecting, processing and analyzing data for scientific research.

7. 3. Principais equipamentos e materiais afetos e/ou utilizados pelo ciclo de estudos. (PT)

Nas salas de aula, a nossa prioridade, está na criação de um ambiente propício para a usabilidade e aplicação prática dos conhecimentos adquiridos. Como tal, dispomos dos seguintes equipamentos:

Desktops (150 unidades): Para atividades que requerem uma capacidade de processamento mais robusta.

Portáteis (60 unidades): Oferecendo flexibilidade em ambientes práticos.

Para a promoção da participação dos alunos nos auditórios foram disponibilizadas 4 unidades de Catchbox, e equiparam-se 13 salas com um sistema de som que permite também uma experiência imersiva. Adicionalmente foram adquiridos 7 microfones de lapela para fazer face à época pandémica e promover a melhor qualidade de som aos alunos em casa, bem como o sistema de videoconferência que assegurou essa ligação remota.

As salas foram ainda equipadas com 25 projetores e com 22 dockstation para simplificar a conexão dos dispositivos necessários. Adicionalmente é de referir que todas as salas dispõem de quadros interativos, que visam facilitar a interação e a dinâmica da própria aula.

Devido aos cursos core lecionados pela instituição, são disponibilizados também a todos os alunos o acesso às ferramentas necessárias, e por isso, são disponibilizados 100 portáteis HP para empréstimo. Por último, para facilitar a impressão de documentos, colocamos à disposição 3 impressoras Konica Minolta distribuídas entre as instalações.

7. 3. Principais equipamentos e materiais afetos e/ou utilizados pelo ciclo de estudos. (EN)

In the classrooms, our priority is to create an environment conducive to the usability and practical application of the knowledge acquired. As such, we have the following equipment:

Desktops (150 units): For activities that require more robust processing capacity.

Laptops (60 units): Offering flexibility in practical environments.

To promote student participation in the auditoriums, 4 Catchbox units were made available, and 13 rooms were equipped with a sound system that also allows for an immersive experience. In addition, 7 lapel microphones were purchased to cope with the pandemic and promote the best sound quality for students at home, as well as the videoconferencing system that ensured this remote connection.

The classrooms were also equipped with 25 projectors and 22 dockstations to simplify the connection of the necessary devices. In addition, all the classrooms have interactive whiteboards to facilitate interaction and the dynamics of the class itself.

Due to the core courses taught by the institution, all students also have access to the necessary tools, which is why 100 HP laptops are available for loan. Finally, to facilitate the printing of documents, we have 3 Konica Minolta printers distributed throughout the facilities.

8. Atividades de investigação e desenvolvimento e/ou de formação avançada e desenvolvimento profissional de alto nível

8.1. Unidade(s) de investigação, no ramo de conhecimento ou especialidade do ciclo de estudos, em que os docentes desenvolvem a sua atividade científica.

Unidade de investigação	Classificação (FCT)	IES	Tipos de Unidade de Investigação	N.º total de docentes	N.º de docentes do ciclo de estudos integrados
Centro de Investigação em Gestão de Informação (MagIC)	Muito Bom	Instituto Superior de Estatística e Gestão de Informação - NOVA Information Management School (NOVA IMS) (NOVA IMS/UNL)	Institucional	7	7
Nova School of Business and Economics (NOVA SBE)	Excelente	Faculdade de Economia da Universidade Nova de Lisboa - Nova School of Business and Economics (FE/UNL)	Institucional	1	1

8.2. Lista dos principais projetos e/ou parcerias nacionais e internacionais (PT)

- Projeto Hackathon "Atacar a Asma Juntos" - em parceria com a SANOFI Portugal - Estudo de Design Thinking Inovação Organizacional - em parceria com a Agência Nacional de Inovação (ANI) - Participação no Desenho do Programa Scale-Up da Fábrica de Unicórnios da Câmara Municipal de Lisboa - PLANO DE TRANSFORMAÇÃO DIGITAL E DE GESTÃO CONHECIMENTO - Confederação Empresarial de Portugal - Projeto Boas Práticas de Co-criação na

Administração Pública: O caso do Sistema de Monitorização de Ocupação do Solo (SMOS) - Definição de metodologia de Design Thinking para o Projeto de Redesenho do Serviço Público "Bolsa de Emprego Público dos Açores" - Governo Regional dos Açores - Design Thinking para acompanhamento de empreendedores do Programa "CIRCULAR inNOVA(tion)" em parceria com a Sociedade Ponto Verde - Projeto de co-criação para soluções de mobilidade elétrica em parceria com EDP Comercial - Organização do Leaseplan Innovation Days em parceria com a Leaseplan - Projeto de Inovação para Desenho de Sistema Integrado de Alocação de Estudantes a Alojamento Universitário - Universidade Nova de Lisboa - Desenho de Projetos de Empreendedorismo com a comunidade interdisciplinar de Energia da Universidade Nova de Lisboa em parceria com a Galp. - Gestão do Programa de Inovação Aberta da Nova Information Management School - Criação de Facilitação dos programas de Design Thinking e Finishing My Phd da Escola Doutoral da Universidade Nova de Lisboa vocacionados para a criação de espírito empreendedor e desenho colaborativo de projetos por parte de alunos de doutoramento da Universidade Nova de Lisboa. - Desenvolvimento e leccionação de Módulo de Inovação e Design Thinking na Starters Academy - Academia de Empreendedorismo da Universidade Nova de Lisboa - Facilitação de workshops de empreendedorismo e inovação com dezenas de empresas nacionais e estrangeiras como: EDP, GALP, Mudum Seguros, AEGON Santander, Roche, Bayer, Sanofi, Abbvie, Novartis, Pfizer, Lilly, Bristol Meyers Squibb, Residências Montepio, Centro Nacional de Cibersegurança, ANI, Vodafone, AICEP, CIP, Direção Geral do Território, Ageas, Microsoft, Tranquilidade, entre outras.

8.2. Lista dos principais projetos e/ou parcerias nacionais e internacionais (EN)

- Hackathon Project "Attacking Asthma Together" - in partnership with SANOFI Portugal - Design Thinking Organizational Innovation Study - in partnership with the National Innovation Agency (ANI) - Participation in the design of the Scale-Up Program for the Lisbon City Council's Unicorn Factory - DIGITAL TRANSFORMATION AND KNOWLEDGE MANAGEMENT PLAN - Portuguese Business Confederation - Good Co-creation Practices in Public Administration Project: The case of the Soil Occupation Monitoring System (SMOS) - Definition of a Design Thinking methodology for the Public Service Redesign Project "Public Employment Exchange of the Azores" - Regional Government of the Azores - Design Thinking to support entrepreneurs in the "CIRCULAR inNOVA(tion)" Program in partnership with Sociedade Ponto Verde. - Co-creation project for electric mobility solutions in partnership with EDP Comercial - Organization of Leaseplan Innovation Days in partnership with Leaseplan - Innovation Project for the Design of an Integrated System for the Allocation of Students to University Accommodation - Universidade Nova de Lisboa - Design of Entrepreneurship Projects with the interdisciplinary Energy community of Universidade Nova de Lisboa in partnership with Galp. Management of the Nova Information Management School's Open Innovation Program - Creation and facilitation of the Design Thinking and Finishing My Phd programs at Universidade Nova de Lisboa's Doctoral School, aimed at creating an entrepreneurial spirit and collaborative project design among Universidade Nova de Lisboa's doctoral students. - Development and teaching of the Innovation and Design Thinking Module at the Starters Academy - Academia de Empreendedorismo da Universidade Nova de Lisboa. - Facilitation of entrepreneurship and innovation workshops with dozens of national and international companies such as: EDP, GALP, Mudum Seguros, AEGON Santander, Roche, Bayer, Sanofi, Abbvie, Novartis, Pfizer, Lilly, Bristol Meyers Squibb, Residências Montepio, Centro Nacional de Cibersegurança, ANI, Vodafone, AICEP, CIP, Direção Geral do Território, Ageas, Microsoft, Tranquilidade, among others.

9. Política de proteção de dados

9.1. Política de proteção de dados (Regulamento (UE) n.º 679/2016, de 27 de abril transposto para a Lei n.º 58/2019, de 8 de agosto)

[9_PoliticaProtecaoDados_Regulamento RGPD.pdf](#) | PDF | 909.3 Kb

10. Comparação com ciclos de estudos de referência no espaço europeu

10.1. Exemplos de ciclos de estudos existentes em instituições de referência (PT)

Mestrado Executivo em Inovação Digital e Liderança Empreendedora, ESCP Business School
Mestrado em Inovação e Empreendedorismo, ESADE
Mestrado em Empreendedorismo e Inovação, Universidade de Lund
Mestrado em Inovação e Empreendedorismo, Universidade de Radboud
Mestrado em Empreendedorismo e Inovação, Norwegian Business School
Mestrado em Empreendedorismo e Gestão, Universidade de Bath
Mestrado em Inovação, Empreendedorismo e Gestão, Imperial College
Mestrado em Empreendedorismo e Inovação, Universidade de Hult
Mestrado em Empreendedorismo Estratégico e Inovação, King's College

10.1. Exemplos de ciclos de estudos existentes em instituições de referência (EN)

- Executive Master in Digital Innovation and Entrepreneurial Leadership, ESCP Business School
- MSc in Innovation and Entrepreneurship, ESADE
- Msc Entrepreneurship and Innovation, Lund University
- Master's Innovation and Entrepreneurship Radboud University
- Msc Entrepreneurship and Innovation, Norwegian Business School

- MSc Entrepreneurship and Management, University of Bath
- MSc Innovation, Entrepreneurship & Management, Imperial College
- Master's in Entrepreneurship & Innovation, Hult University
- Msc Strategic Entrepreneurship & Innovation, King's College

10.2. Comparação com objetivos de aprendizagem de ciclos de estudos análogos (PT)

1. Capacitar estudantes para identificar oportunidades de empreendedorismo na era digital.
2. Promover pensamento inovador e resolução de problemas em ambientes empresariais dinâmicos.
3. Desenvolver liderança para impulsionar inovação digital e empreendimentos.
4. Proporcionar compreensão abrangente do processo de inovação, da conceção à expansão.
5. Cultivar mentalidade empresarial criativa, resiliente e adaptável.
6. Capacitar para navegar em complexidades de mercados globais e empreendedorismo internacional.
7. Oferecer experiência prática com aprendizagem experimental, oradores, projetos de consultoria ou incubadoras.
8. Aprimorar habilidades para desenvolver e executar estratégias empresariais sustentáveis e competitivas.
9. Fomentar colaboração entre estudantes, professores e profissionais para troca de conhecimentos e parcerias.
10. Preparar para carreiras em empreendedorismo, inovação, consultoria e capital de risco.

10.2. Comparação com objetivos de aprendizagem de ciclos de estudos análogos (EN)

1. Train students to identify entrepreneurial opportunities in the digital age.
2. Promote innovative thinking and problem-solving in dynamic business environments.
3. Develop leadership to drive digital innovation and entrepreneurship.
4. Provide comprehensive understanding of the innovation process, from conception to scale-up.
5. Cultivate a creative, resilient and adaptable entrepreneurial mindset.
6. Enable you to navigate the complexities of global markets and international entrepreneurship.
7. Offer hands-on experience with experiential learning, speakers, consulting projects or incubators.
8. Enhance skills to develop and execute sustainable and competitive business strategies.
9. Foster collaboration between students, teachers and professionals to exchange knowledge and partnerships.
10. Prepare for careers in entrepreneurship, innovation, consulting and venture capital.

11. Estágios-Formação

11.1. e 11.2 Estágios e/ou Formação em Serviço

Mapa VI - Plot- Content Agency, s.A

11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:

Plot- Content Agency, s.A

11.1.2. Protocolo:

[3. Plot_Inovacao e Empreendedorismo.pdf](#) | PDF | 1.1 Mb

Mapa VI - 3cket, S.A.

11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:

3cket, S.A.

11.1.2. Protocolo:

[3Cket_Inovacao E Empreendedorismo Baseados Em Dados_signed.pdf](#) | PDF | 2.4 Mb

Mapa VI - Ageas Portugal Services ACE

11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:

Ageas Portugal Services ACE

11.1.2. Protocolo:

[8. Ageas_Inovacao E Empreendedorismo Baseados Em Dados.pdf](#) | PDF | 3.1 Mb

Mapa VI - Associação Para A Inovação e Empreendedorismo de Lisboa**11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:**

Associação Para A Inovação e Empreendedorismo de Lisboa

11.1.2. Protocolo:

[6. AIEL Inovação e Empreendedorismo.pdf](#) | PDF | 388.7 Kb

Mapa VI - DareData Engineering**11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:**

DareData Engineering

11.1.2. Protocolo:

[Daredata Inovação E Empreendedorismo Baseados Em Dados_signed.pdf](#) | PDF | 221.3 Kb

Mapa VI - Impresa-Sociedade Gestora de Participações Sociais S.A**11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:**

Impresa-Sociedade Gestora de Participações Sociais S.A

11.1.2. Protocolo:

[9. Impresa Entrepreneurship and data driven innovation.pdf](#) | PDF | 126.4 Kb

Mapa VI - Ivity Brand Corp**11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:**

Ivity Brand Corp

11.1.2. Protocolo:

[7. Ivity Inovação empreendedorismo.pdf](#) | PDF | 213.3 Kb

Mapa VI - JMV Produtos Hospitalares, LDA**11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:**

JMV Produtos Hospitalares, LDA

11.1.2. Protocolo:

[4. JMV Inovação e Empreendedorismo.pdf](#) | PDF | 160.2 Kb

Mapa VI - Tema Central, LDA**11.1.1. Entidade onde os estudantes completam a sua formação:**

Tema Central, LDA

11.1.2. Protocolo:

[5. TemaCentral Inovação e Empreendedorismo.pdf](#) | PDF | 650.7 Kb

11.2. Plano de distribuição dos estudantes**11.2. Plano de distribuição dos estudantes pelos locais de estágio e/ou formação em serviço demonstrando a adequação dos recursos disponíveis:**

[sem resposta]

11.3. Recursos institucionais

11.3. Recursos da instituição para o acompanhamento dos estudantes (PT):
[sem resposta]

11.3. Recursos da instituição para o acompanhamento dos estudantes (EN):
[sem resposta]

11.4. Orientadores cooperantes

11.4.1. Mecanismos de avaliação e seleção dos orientadores cooperantes de estágio e/ou formação em serviço, negociados entre a instituição de ensino superior e as instituições de estágio e/ou formação em serviço:
[sem resposta]

11.4.2. Mapa VII. Orientadores cooperantes de estágio e/ou formação em serviço (obrigatório para ciclo de estudos com estágio obrigatório por Lei)

Nome	Instituição	Categoria	Habilitação Profissional	Nº de anos de serviço

12. Análise SWOT do ciclo de estudos

12.1. Pontos fortes. (PT)

A especialização em Data Science e IA da Nova IMS destaca-se como líder no ensino dessas áreas, atraindo estudantes interessados em aplicar abordagens baseadas em dados no empreendedorismo. A inovação pedagógica, com métodos modernos, proporciona uma experiência envolvente para estudantes que procuram uma educação moderna e prática. A reputação na transferência de conhecimentos, demonstrada pelos 11 Analytics Labs, confere credibilidade, tornando a Nova IMS uma escolha preferencial para potenciais alunos de empreendedorismo. O currículo abrangente inclui design thinking, construção de marcas, ecossistemas de empreendedorismo e gestão estratégica, preparando para vários aspetos do empreendedorismo baseado em dados. Investimentos em espaços colaborativos e tecnologia de visualização de dados proporcionam ambiente vibrante para colaboração, criatividade e prototipagem de ideias.

12.1. Pontos fortes. (EN)

Nova IMS' specialization in Data Science and AI stands out as a leader in teaching these areas, attracting students interested in applying data-based approaches to entrepreneurship. Pedagogical innovation, with modern methods, provides an engaging experience for students looking for a modern and practical education. The reputation for knowledge transfer, demonstrated by the 11 Analytics Labs, lends credibility, making Nova IMS a preferred choice for potential entrepreneurship students. The comprehensive curriculum includes design thinking, brand building, entrepreneurial ecosystems and strategic management, preparing you for various aspects of data-driven entrepreneurship. Investments in collaborative spaces and data visualization technology provide a vibrant environment for collaboration, creativity and prototyping ideas.

12.2. Pontos fracos. (PT)

O campo do empreendedorismo e da inovação está em constante evolução, impulsionado por rápidos avanços tecnológicos, mudanças nas tendências do mercado e alterações no comportamento dos consumidores. Consequentemente, os materiais dos cursos e os programas curriculares podem ficar rapidamente desatualizados, exigindo atualizações frequentes para garantir a sua relevância e eficácia. O mercado do ensino do empreendedorismo está a tornar-se cada vez mais concorrido, com muitas instituições para além das universidades (incubadoras, aceleradoras, hackathons) a oferecerem programas semelhantes. A necessidade de reforçar a coleção da biblioteca com livros atualizados e assinaturas de revistas relevantes especificamente concebidas para apoiar a nova área temática do empreendedorismo. O acesso insuficiente a recursos atualizados pode prejudicar a capacidade dos estudantes de se envolverem profundamente com a matéria e de se manterem a par dos últimos desenvolvimentos neste domínio.

12.2. Pontos fracos. (EN)

The field of entrepreneurship and innovation is constantly evolving, driven by rapid technological advances, shifting market trends and changes in consumer behavior. Consequently, course materials and curricula can quickly become outdated, requiring frequent updates to ensure their relevance and effectiveness. The market for entrepreneurship education is becoming increasingly crowded, with many institutions other than

Apresentação do pedido | Novo ciclo de estudos

universities (incubators, accelerators, hackathons) offering similar programs.

The need to strengthen the library collection with up-to-date books and subscriptions to relevant journals specifically designed to support the new subject area of entrepreneurship. Insufficient access to up-to-date resources can hinder students' ability to engage deeply with the subject and keep abreast of the latest developments in this field.

12.3. Oportunidades. (PT)

A procura de profissionais com conhecimentos especializados em empreendedorismo baseado em dados está em ascensão à medida que as empresas reconhecem o valor da utilização dos dados.

Mais parcerias e colaborações com líderes do sector, como (start-Ups) e empresas de capital de risco para aumentar a relevância do programa e proporcionar oportunidades para os estudantes adquirirem experiência prática e conhecimentos do setor.

A reputação e a rede da Nova IMS estendem-se para além de Portugal, o que atrai alunos e professores internacionais. Ao apresentar o programa a nível global e ao oferecer modelos de aprendizagem inovadores, é possível aceder a um maior número de potenciais alunos.

O recente reconhecimento de Lisboa como a Capital Europeia da Inovação representa uma oportunidade para o curso integrar os estudantes diretamente no ecossistema empresarial da cidade. Desta forma obtém-se um acesso a oportunidades reais, a mentores da indústria e a eventos de networking.

12.3. Oportunidades. (EN)

The demand for professionals with expertise in data-driven entrepreneurship is on the rise as companies recognize the value of using data.

More partnerships and collaborations with industry leaders such as start-ups and venture capital firms to increase the relevance of the program and provide opportunities for students to gain practical experience and industry knowledge.

Nova IMS' reputation and network extends beyond Portugal, which attracts international students and faculty. By presenting the program globally and offering innovative learning models, a greater number of potential students can be reached.

Lisbon's recent recognition as the European Capital of Innovation represents an opportunity for the course to integrate students directly into the city's business ecosystem. This gives them access to real opportunities, industry mentors and networking events.

12.4. Constrangimentos. (PT)

Mudanças tecnológicas: O domínio do empreendedorismo está em constante evolução, com o aparecimento regular de novas tecnologias e metodologias. Temos de garantir que o nosso currículo se mantém atualizado e relevante tendo em consideração as últimas tendências e avanços da indústria.

Alterações regulamentares: As alterações nos regulamentos ou políticas governamentais relacionadas com a privacidade de dados, direitos de propriedade intelectual ou programas de apoio ao empreendedorismo podem ter impacto no currículo e na operação do programa, exigindo que o mesmo se adapte em conformidade.

Instabilidade económica: As recessões ou flutuações económicas podem afetar o número de inscrições e a disponibilidade de financiamento, afetando potencialmente a capacidade do curso para desenvolver e garantir o crescimento do programa a longo prazo.

12.4. Constrangimentos. (EN)

Technological changes: The field of entrepreneurship is constantly evolving, with new technologies and methodologies appearing on a regular basis. We must ensure that our curriculum remains up-to-date and relevant, taking into account the latest trends and advances in the industry.

Regulatory changes: Changes in government regulations or policies related to data privacy, intellectual property rights or entrepreneurship support programs can have an impact on the curriculum and the operation of the program, requiring it to adapt accordingly.

Economic instability: Recessions or economic fluctuations can affect the number of enrolments and the availability of funding, potentially affecting the ability of the course to develop and ensure the long-term growth of the program.

12.5. Conclusões. (PT)

O programa visa responder às necessidades evolutivas dos aspirantes a empreendedores e inovadores no atual panorama orientado para os dados. O conhecimento da Nova IMS em Data Science e IA não só distingue o programa da concorrência, como também atrai alunos que pretendem utilizar tecnologias de ponta nas suas atividades empresariais. Além disso, o compromisso da instituição com a inovação pedagógica garante que os alunos acedem a um programa aplicado, promovendo uma experiência de aprendizagem dinâmica e envolvente que os prepara para os desafios do mundo real.

A reputação da Nova IMS em termos de transferência de conhecimento, exemplificada pelos seus Analytics Labs, aumenta ainda mais a credibilidade e a fiabilidade do programa entre os potenciais alunos. Para além disso, o currículo abrangente do programa cobre uma vasta gama de tópicos relevantes essenciais para o sucesso no empreendedorismo baseado em dados, garantindo que os alunos estão bem equipados para navegar as várias dimensões do empreendedorismo e da inovação.

Por último, o investimento da Nova IMS em espaços de aprendizagem dedicados, equipados com ferramentas colaborativas e tecnologia de visualização de dados, fomenta um ambiente vibrante propício à criatividade, ao trabalho em equipa e à prototipagem de ideias. Aproveitando o reconhecimento de Lisboa como Capital Europeia da

Apresentação do pedido | Novo ciclo de estudos

Inovação, o programa integra os alunos no próspero ecossistema empresarial da cidade, oferecendo oportunidades de networking, mentoria e envolvimento no mundo do empreendedorismo.

12.5. Conclusões. (EN)

The program aims to meet the evolving needs of aspiring entrepreneurs and innovators in today's data-driven landscape. Nova IMS' expertise in Data Science and AI not only sets the program apart from the competition, but also attracts students who want to use cutting-edge technologies in their business activities. In addition, the institution's commitment to pedagogical innovation ensures that students access an applied program, promoting a dynamic and engaging learning experience that prepares them for real-world challenges.

Nova IMS' reputation for knowledge transfer, exemplified by its Analytics Labs, further enhances the program's credibility and reliability among potential students. In addition, the program's comprehensive curriculum covers a wide range of relevant topics essential for success in data-driven entrepreneurship, ensuring that students are well equipped to navigate the various dimensions of entrepreneurship and innovation.

Finally, Nova IMS' investment in dedicated learning spaces, equipped with collaborative tools and data visualization technology, fosters a vibrant environment conducive to creativity, teamwork and the prototyping of ideas. Taking advantage of Lisbon's recognition as the European Capital of Innovation, the program integrates students into the city's thriving entrepreneurial ecosystem, offering networking opportunities, mentoring and involvement in the world of entrepreneurship.