

BROCHURA

MBA – Administração de Empresas

Objectivos

Este documento representa uma tradução para português do Guia Didáctico do IUP – Instituto Universitário de Posgrado, e destina-se a orientar as actividades d@s alun@s do **MBA – Administração de Empresas**.

Introdução

Este documento apresenta a seguinte estrutura:

Índice	Página
Introdução ao Mestrado	2
Objectivo do Mestrado	3
Campus Virtual	4
Conteúdo dos Módulos	5
Itinerário de Aprendizagem	12
Módulos	13
Recomendações	15
Critérios de Avaliação	16
Estudar no IUP	17

Introdução ao Mestrado

Introdução O Mestrado em **Administração de Empresas (MBA)** pretende que os hábitos de estudo e trabalho d@ alun@, baseados normalmente no que se aprende, evoluam para a prática da aplicação dos conhecimentos adquiridos a um contexto real determinado.

Metodologia A metodologia utilizada é o e-Learning, entendida como formação a distância com utilização extensiva do computador, das telecomunicações e das novas tecnologias (Internet, vídeo, CD-Rom, etc.).

Tem como características fundamentais ser:

- Interactiva, com uma comunicação directa e constante entre professor e alun@, tutor e alun@ e alun@s entre si
 - Rigorosa e de qualidade
 - Actualizada permanentemente nos conteúdos académicos e profissionais
 - Prática e orientada para a resolução de problemas e situações empresariais.
-

Instrumentos essenciais do contexto empresarial Os módulos que compõem o programa do **MBA** centram-se na formação em elementos instrumentais essenciais do contexto empresarial (Mercados, Regulação, ...), nas distintas áreas funcionais da empresa (Organização, Produção, Finanças e Marketing) e nas ferramentas de controlo e gestão da actividade empresarial (Contabilidade, Recursos Humanos e Métodos de Controlo).

Resolução de casos reais Estes conhecimentos serão adquiridos, progressivamente, através da resolução de casos reais que serão colocados em cada uma das tarefas que compõem os módulos.

Objectivo do Mestrado

Objectivo genérico

O objectivo genérico do **MBA** é a formação de especialistas de alto nível nos distintos âmbitos da direcção empresarial e nos novos métodos de gestão e administração.

O aluno adquirirá os conhecimentos, capacidades e competências de gestão que lhe permitam actualizar-se num sector em constante mudança, responsabilizar-se pelas diferentes áreas da empresa e desenvolver novas iniciativas empresariais ou profissionais.

Campus Virtual

Campus Virtual do IUP O Campus Virtual do IUP cria um Ambiente Virtual de Aprendizagem onde se reflectem os valores que se consideram essenciais para uma experiência de aprendizagem proveitosa.

Objectivos e competências Os objectivos gerais do Mestrado assim como os específicos de cada módulo, estão destinados a proporcionar as competências necessárias exigidas num lugar de direcção dentro da área financeira de qualquer área empresarial.

A avaliação basear-se-á precisamente nesse ajuste entre os objectivos que se colocam e a idoneidade e originalidade com que @ alun@ os alcance.

Criatividade e valorização do trabalho Um director de empresa deve desempenhar de maneira enriquecedora as funções que lhe estão afectas e estar em condições de tomar decisões criativas e competentes em situações que são, ao mesmo tempo, semelhantes e em constante mudança, como é o cenário da vida profissional.

Assim, a avaliação da sua aprendizagem estará baseada, sobretudo, no uso criativo e inovador dos conhecimentos adquiridos

Intercâmbio de ideias e conhecimentos A aprendizagem é enriquecida pelo intercâmbio de opiniões e ideias entre @s alun@s e entre estes e o professor, através dos fóruns de discussão, correio electrónico inter-Campus, salas de reuniões, videoconferência e chat.

Capacidade de decisão @ alun@ será “forçado” a tomar decisões de maneira permanente de acordo com a informação (situações reais a resolver), ferramentas (*inputs* para resolver essas situações) e recursos que se lhe proporcionem.

A aprendizagem é maior quando se tem de enfrentar situações reais sobre as quais se devem assumir responsabilidades.

Confiança A tomada de decisões incentiva a reflexão e o assumir de responsabilidades, permitindo-se o erro como uma forma de aprendizagem.

Os professores guiarão e orientarão @s alun@s, sugerindo caminhos de resolução das tarefas adequados aos objectivos principais.

Importância dos resultados reais Acreditamos que a motivação e a consecução de objectivos cresce quando o resultado da aprendizagem tem uma concretização real.

Quando concluir este programa, @ alun@ estará em condições de dirigir tanto uma equipa de trabalho de uma grande empresa, como a equipa duma empresa de menor dimensão.

Conteúdo dos Módulos

Introdução

O MBA – **Administração de Empresas** tem **75 ECTS** (73 créditos correspondentes a 12 módulos formativos mais 2 créditos do exame final presencial), o que equivale a um total de 1875 horas de trabalho do aluno.

Módulos 73 ECTS	
Módulo	ECTS
0. Introdução à Contabilidade, às Matemáticas e ao Programa Estatístico Statgraphics	6
1. Estatística Aplicada à Empresa	6
2. Análise de Documentos Financeiros	6
3. Economia das Organizações	6
4. Economia Financeira	6
5. Mercados Financeiros	6
6. Marketing Estratégico	7
7. Direcção Geral	6
8. Gestão de Operações	6
9. Controlo de Gestão	6
10. Gestão Estratégica dos Recursos Humanos	6
<i>Business Game</i>	6

Módulo 0 – Introdução à Contabilidade, às Matemáticas e ao Programa Estatístico Statgraphics

Objectivos	<ul style="list-style-type: none"> • Rever ou incorporar novos conceitos básicos da contabilidade e das matemáticas aplicadas às finanças • Proporcionar uma introdução à utilização do programa de análise estatística <i>Statgraphics</i>, com o qual se trabalhará em vários dos módulos do Mestrado, proporcionando uma rapidez no processamento de dados que permite centrar a atenção na interpretação dos resultados
Conteúdos	<p>Introdução à contabilidade</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Conceitos contabilísticos básicos 2. Receitas e despesas, lucros e prejuízos 3. O processo contabilístico geral 4. Documentos contabilísticos básicos ou contas anuais 5. Introdução à consolidação contabilística <p>Introdução às matemáticas</p> <ol style="list-style-type: none"> 6. Matemáticas Financeiras 7. Limites e continuidade de funções 8. Sistemas de equações 9. Cálculo diferencial e representação de funções <p>Introdução ao Statgraphics</p> <ol style="list-style-type: none"> 10. Introdução ao programa <i>Statgraphics</i>: o editor de dados e os ficheiros de dados 11. Obtenção de resultados: janelas de análise e <i>statfolios</i>

Módulo 1 – Estatística Aplicada à Empresa

Objectivos	Proporcionar uma formação adequada nos conceitos fundamentais de probabilidades e estatística, que permita utilizá-los como instrumentos nos restantes módulos do Mestrado, e na solução de problemas que se colocam à empresa. Os alunos trabalharão com o programa <i>Statgraphics</i> .
Conteúdos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dados de uma variável (I): representações gráficas 2. Dados de uma variável (II): descrição numérica 3. Dados de duas variáveis (I): distribuição conjunta 4. Dados de duas variáveis (II): covariância e recta de regressão 5. Probabilidades 6. Variáveis aleatórias (I): distribuições discretas 7. Variáveis aleatórias (II): distribuições contínuas 8. Amostras e estimativas 9. Intervalos de confiança 10. Comparação de hipóteses

Módulo 2 – Análise de Documentos Financeiros

Objectivos Proporcionar os conhecimentos necessários para realizar diagnósticos das empresas a partir da informação contabilística que fornecem e para distinguir entre empresas solventes, líquidas, rentáveis ou eficientes.

@s alun@s, nalgumas tarefas, utilizarão o programa *Statgraphics*.

Conteúdos

1. Contabilidade básica
2. Documentos contabilísticos adicionais
3. Análise de rácios
4. Cálculo de rácios para uma amostra internacional de empresas
5. Documentos contabilísticos provisórios
6. Informação de diagnóstico e redundância
7. Análise do ambiente competitivo
8. Previsão de lucros
9. Previsão de falhas e suspensão de pagamentos
10. Previsão de distribuição de dividendos

Módulo 3 – Economia das Organizações

Objectivos Fomentar nos estudantes o desenvolvimento da sua capacidade analítica, imprescindível no mundo da gestão e administração de empresas, particularmente quando no exercício profissional a tomada de decisões está orientada para a resolução de problemas tais como:

- O desenho de sistemas de incentivo eficientes,
 - A forma mais adequada de resolver questões relativas à compra de certos activos, incluindo empresas fornecedoras ou clientes da empresa principal, ou
 - A resolução de conflitos com fornecedores, clientes ou outras empresas que são o resultado de relações contratuais, ou de contratos mal desenhados para abordar de forma satisfatória os problemas da empresa.
-

Conteúdos

1. Tomada de decisões empresariais
2. Empresas e Mercados: custos de transacção
3. Coordenação das actividades na empresa
4. Integração vertical e custos de transacção
5. Limites e alcance da empresa
6. Propriedade dos activos e organização das actividades económicas
7. Empresa, incentivos e relação de emprego
8. As relações entre a propriedade e a direcção da empresa
9. A propriedade e a direcção da empresa: mecanismos de controlo externo
10. Gestão e propriedade: a empresa pública e os processos de privatização

Módulo 4 – Economia Financeira

Objectivos Dotar @ alun@ das capacidades para analisar os riscos e recompensas que as oportunidades de investimento e financiamento da empresa oferecem, assim como de um adequado conhecimento geral dos mercados e activos financeiros

Conteúdos

1. Introdução às finanças e aos mercados financeiros
2. Valorização de investimentos
3. Valorização de acções e obrigações
4. Avaliação de projectos de investimentos
5. Eficiência dos mercados financeiros
6. Rentabilidade e risco dos investimentos
7. Teoria de carteiras
8. Teoria dos Mercados de capitais
9. Valorização de opções
10. Financiamento e custo de capital

Módulo 5 – Mercados Financeiros

Objectivos Oferecer uma panorâmica de mercados e instrumentos de valores, dando especial atenção às formas distintas que os agentes têm para investir, e na legislação e forma de funcionamento dos diferentes mercados financeiros

Conteúdos

1. Introdução aos mercados financeiros
2. Tipos de mercados
3. Mercados de renda variável
4. Investimento institucional
5. Mercados de renda fixa
6. Renda fixa
7. Instrumentos derivados
8. Mercados de derivados
9. Índices bolsistas
10. Liquidez dos activos

Módulo 6 – Marketing Estratégico

- Objectivos**
- Compreender a relevância da adopção de uma orientação de marketing pelas empresas.
 - Detectar oportunidades de mercado, orientando a empresa para estas oportunidades e estabelecendo relações duradouras com os clientes.
 - Aprender a analisar e utilizar estudos de mercado para a tomada de decisões de marketing.

@s alun@s trabalharão com o programa de simulação de mercados *Quantum*.

- Conteúdos**
1. Introdução ao Marketing e à simulação *Quantum*
 2. A gestão de marketing na empresa
 3. Simulação: passos a seguir e valorização da situação inicial
 4. Primeira decisão de marketing estratégico
 5. Mapas Perceptuais
 6. Posicionamento de marcas no mercado
 7. Níveis na resposta de mercado: modelos e medidas
 8. Marcas: matrizes para a sua análise
 9. Satisfação e fidelização do cliente
 10. Análise estratégica final
-

Módulo 7 – Direcção Geral

- Objectivos**
- Desenvolver os conceitos teóricos do desenho organizacional e da direcção estratégica, e mostrar a aplicação dos mesmos à realidade empresarial.

Exercitar @ alun@ na tomada de decisões para a resolução de problemas quotidianos da empresa.

- Conteúdos**
1. Estrutura da empresa
 2. Desenho da micro estrutura: desenho de postos
 3. Desenho da macro estrutura: agrupamento de unidades
 4. Factores de contexto: tecnologia, tamanho e envolvente
 5. Introdução à estratégia (I): análise do sector industrial
 6. Introdução à estratégia (II): análise da vantagem competitiva
 7. O crescimento da empresa (I): integração vertical
 8. O crescimento da empresa (II): internacionalização
 9. Direcção estratégica da tecnologia e inovação
 10. O controlo dos *standards* de mercado
-

Módulo 8 – Gestão das Operações

Objectivos	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar a finalidade da Direcção de Operações, as decisões estratégicas a adoptar e os seus desafios face à nova economia • Construir modelos quantitativos e utilizar as ferramentas informáticas para a ajuda na tomada de decisões na área de operações
-------------------	---

Conteúdos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Natureza das operações, suas prioridades competitivas e estratégia da empresa 2. Desenho de bens e serviços e dos processos de transformação 3. Ferramentas para a tomada de decisões 4. Gestão de projectos 5. Gestão de linhas de espera 6. Modelos para a localização e o dimensionamento de instalações 7. Desenho e gestão da qualidade total 8. Modelos para a gestão de inventários 9. Planificação das necessidades de recursos 10. Sistema <i>Just In Time</i>
------------------	---

Módulo 9 – Controlo de Gestão

Objectivos	Proporcionar conhecimentos e técnicas de <i>management</i> que permitam desenhar, implementar e utilizar um sistema de controlo de gestão, tanto nos aspectos estratégicos como nos organizativos.
-------------------	--

Conteúdos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Introdução ao controlo de gestão 2. Contabilidade e gestão de custos 3. A medida dos resultados empresariais e os sistemas de custos: <i>Job Costing</i> 4. A medida dos resultados empresariais e os sistemas de custos: <i>Process Costing</i> 5. A medida dos resultados empresariais e os sistemas de custos: o sistema ABC 6. Controlo dos resultados empresariais e o processo de orçamentação 7. Orçamentos flexíveis e o sistema de custo standard 8. Análise dos desvios: análise dos resultados empresariais 9. Controlo de gestão e tomada de decisões a curto prazo 10. Análise do rendimento empresarial
------------------	---

Módulo 10 – Gestão Estratégica dos Recursos Humanos

Objectivos Conhecer as directrizes mais tradicionais na área dos Recursos Humanos e tratar as exigências que as organizações contemporâneas colocam nesta área.

Conteúdos

1. O papel estratégico dos Recursos Humanos
2. Plano de Recursos Humanos e desenho do posto de trabalho
3. Recrutamento, selecção e orientação
4. Formação e planificação da carreira profissional
5. Gestão da retribuição: conceito e elementos
6. Retribuição fixa
7. Retribuição variável
8. Salário emocional e planos de retribuição flexível
9. Gestão internacional de Recursos Humanos
10. Avaliação da gestão de Recursos Humanos

Business Game

Business game No fim do Mestrado, @s alun@s participarão num jogo de simulação *online*, no qual se tomam decisões sobre as principais áreas da empresa, e onde se poderão pôr em prática os conhecimentos adquiridos durante a realização do Mestrado.

Objectivos

- Dotar os participantes de uma visão global da empresa e de uma exposição de estratégias empresariais que consideram a totalidade da empresa a partir da análise das suas áreas distintas: Finanças, Comercial, Marketing, Recursos Humanos e Produção
- Complementar a sua formação, apostando na integração d@s alun@s, na iniciativa, no trabalho em equipa, na aprendizagem activa e no espírito empreendedor

Itinerário de Aprendizagem

Introdução

O **MBA** é composto por 12 módulos, todos obrigatórios e com créditos académicos.

Um primeiro módulo de introdução à contabilidade, às matemáticas e ao programa estatístico *Statgraphics* proporcionará uma base comum para a introdução nos módulos que propriamente compõem o curso.

Itinerário de aprendizagem proposto

O itinerário de aprendizagem proposto consiste em realizar sequencialmente os módulos e as suas tarefas, pela ordem estabelecida.

Ainda que seja arriscada e discutível a proposta de uma sequência lógica única no processo de aprendizagem das distintas áreas de conhecimento, entende-se que seguir uma ordem na realização das tarefas dos diversos módulos, serve para resolver progressivamente as situações propostas no módulo que se está a desenvolver, uma vez que serão *inputs* que @alun@ utilizará em situações propostas nos módulos seguintes.

Business Game

No fim do Mestrado, todos @s alun@s participarão num *Business Game*, que lhes servirá para rever os conhecimentos adquiridos e pô-los em prática.

Módulos

Introdução De seguida, apresenta-se um quadro com indicações sobre os autores e docentes dos módulos deste Mestrado.

Módulo	Autor	Docência
Módulo 0 Introdução à Contabilidade, às Matemáticas e ao Programa Estatístico Statgraphics	Antonio García Zaballos Gerente na <i>Deloitte</i> . David Gil Pérez Professor associado do Departamento de <i>Economía de la Empresa</i> da <i>Universidad Carlos III de Madrid</i> . Aurora Torrente Orihuela Professora assistente da <i>Escuela Universitaria</i> da <i>Universidad Carlos III de Madrid</i>	Antonio García Zaballos Economista da <i>Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones</i> David Gil Pérez Professor associado do Departamento de <i>Economía de la Empresa</i> da <i>Universidad Carlos III de Madrid</i> Javier Muñoz Lara Técnico de <i>Segmentación y Valoración de Clientes. TPI (Telefónica Publicidad e Información)</i> .
Módulo 1 Estatística Aplicada à Empresa	Juan Romo Urroz Catedrático de <i>Estadística e Investigación Operativa</i> da <i>Universidad Carlos III de Madrid</i>	Aurora Torrente Professora assistente, Departamento de <i>Estadística</i> , <i>Universidad Carlos III de Madrid</i>
Módulo 2 Análise de Documentos Financeiros	Manuel Núñez Nikel Professor visitante de <i>Economía Financiera y Contabilidad</i> da <i>Universidad Carlos III de Madrid</i> Marco Trombetta Professor visitante de <i>Economía Financiera y Contabilidad</i> da <i>Universidad Carlos III de Madrid</i>	Silvia Mayoral Professora assistente, Departamento de <i>Economía</i> , <i>Universidad Carlos III de Madrid</i>
Módulo 3 Economia das Organizações	Clara Eugenia García García Professora titular de <i>Organización de Empresas</i> da <i>Universidad Carlos III de Madrid</i>	Rebeca Méndez Professora visitante. Departamento de <i>Economía de la Empresa</i> , <i>Universitat de les Illes Balears</i> . José Luís Gómez del Peso Assistente de investigação, <i>Universidad Carlos III de Madrid</i>
Módulo 4 Economia Financeira	David Camino Blasco Catedrático de <i>Economía Financiera y Contabilidad</i> da <i>Universidad Carlos III de Madrid</i> Clara Cardone-Riportella Professora titular de <i>Economía Financiera y Contabilidad</i> da <i>Universidad Carlos III de Madrid</i>	Antonio García Zaballos Gerente na <i>Deloitte</i> . Susana López Professora adjunta na <i>Universidad Europea</i>
Módulo 5 Mercados Financeiros	Mikel Tapia Torres Vice-Reitor da <i>Universidad Carlos III de Madrid</i> Catedrático de <i>Economía Financiera y Contabilidad</i> da <i>Universidad Carlos III de Madrid</i>	Francisco Callado Professor assistente, Departamento <i>Economía de la Empresa</i> , <i>Universidad Carlos III de Madrid</i> . Natalia Utrero Professora assistente, Departamento <i>Economía de la Empresa</i> , <i>Universidad Carlos III de Madrid</i>

Continua

Módulos, Continuação

Módulo	Autor	Docência
Módulo 6 Marketing Estratégico	Nora Lado Cousté Professora titular de <i>Comercialización e Investigación de Mercados</i> da <i>Universidad Carlos III de Madrid</i>	Mercedes Martos Doutor assistente na <i>Universidad de Salamanca</i> (área de <i>Comercialización e Investigación de Mercados</i>) do Departamento de <i>Administración y Economía de la Empresa</i> Guillermo Villa Director de <i>Investigación de Mercado</i> da Consultora <i>BAP Health Outcomes Research</i> .
Módulo 7 Direcção Geral	Ester Martínez – Ros Professora Titular de <i>Organización de Empresas</i> da <i>Universidad Carlos III de Madrid</i> Esther Roca Professora de <i>Administración de Empresas</i> da <i>Universidad Pontificia de Comillas – ICADE</i> Andrea Fosfuri Professor titular de <i>Organización de Empresas</i> da <i>Universidad Carlos III de Madrid</i>	Natalia Utrero Professora assistente, Departamento <i>Economía de la Empresa, Universidad Carlos III de Madrid</i> Julián Díaz Doutor em <i>Economía</i> e professor assistente no Departamento de <i>Economía de la Empresa, Universidad Carlos III de Madrid</i>
Módulo 8 Gestão das Operações	Antonio Alonso Ayuso Professor titular na <i>Escuela Superior de Ciencias Experimentales y Tecnología</i> da <i>Universidad Rey Juan Carlos de Madrid</i> Javier Martínez Moguerza Professor titular na <i>Escuela Superior de Ciencias Experimentales y Tecnología</i> da <i>Universidad Rey Juan Carlos de Madrid</i> José Antonio Alfaro Tamco Professor adjunto de <i>Dirección de Producción</i> da <i>Universidad de Navarra</i> Maria José Montes Sancho Professora assistente de <i>Dirección de Producción y Organización</i> da <i>Universidad Carlos III de Madrid</i>	Maria José Montes Professora visitante, <i>Universitat Pompeu Fabra</i> , Departamento de <i>Economía y Empresa</i> . Antonio Alonso Ayuso Professor titular de <i>Estadística e Investigación Operativa</i> na <i>Universidad Rey Juan Carlos de Madrid</i>
Módulo 9 Controlo de Gestão	Marta Macías Dorissa Professora visitante de <i>Economía de la Empresa</i> da <i>Universidad Carlos III de Madrid</i> Paolo Quattrone Professor visitante de <i>Economía Financiera y Contabilidad</i> da <i>Universidad Carlos III de Madrid</i>	Josetxo Pérez Apesteguía Professor de <i>Dirección de Costes</i> no <i>Master Internacional de Dirección (MIBA)</i> do <i>Foro Europeo Huarte</i> .
Módulo 10 Gestão Estratégica dos Recursos Humanos	Elizabeth Cabrera Professora titular de <i>Organización de Empresas</i> da <i>Universidad Carlos III de Madrid</i> Raquel Ortega Lapedra Professora associada de <i>Organización de Empresas</i> da <i>Universidad de Zaragoza</i>	José Maria Carretero Professor assistente Doutor do Departamento de <i>Economía de la Empresa, Universitat de les Illes Balears</i> . José Manuel Montero Consultor sénior de <i>ICAS-SPAIN Consultores</i>

Recomendações

**Exercícios
Semanais**

Recomendamos que o aluno faça 2 a 3 exercícios por semana, realizando os trabalhos obrigatórios sujeitos a avaliação e enviando ao professor à medida que os vai terminando.

**Acesso diário
ao Campus
Virtual**

Consulte diariamente os quadros e os fóruns para ver se foram agendados debates nos quais tem de intervir, ou as notícias colocadas pelo professor.

Deve consultar o correio interno com a mesma assiduidade

Dúvidas

Consulte o professor sobre qualquer dúvida que lhe surja relacionada com os conteúdos e vá avançando no estudo.

**Estudo
constante**

É fundamental que o estudo seja constante. Caso não esteja familiarizado com a linguagem própria das matérias que tem de estudar, poderá ter maiores dificuldades na aprendizagem.

Comprovará, no entanto, que a pouco e pouco adquire mais conhecimentos com menos tempo e esforço.

O estudo constante e a dedicação são as garantias do êxito.

Critérios de Avaliação

Introdução	<p>O MBA – Administração de Empresas tem por base a ideia de “aprender fazendo” ou “aprender resolvendo”.</p> <p>Assim se processa a aprendizagem, tendo na base a resolução dos casos reais proporcionados num “cenário” e dos exercícios que lhe são propostos.</p>
Avaliação	<p>O aluno é avaliado de forma contínua.</p> <p>A nota final de cada módulo é a soma dos resultados obtidos na avaliação de cada uma das tarefas que o compõem, e da intervenção nos fóruns convocados.</p>
Nota final	<p>A nota final resultante das avaliações referidas no bloco anterior, constitui 70% da nota final do Mestrado.</p> <p>Os restantes 30% são constituídos pela qualificação obtida no exame final, que é presencial.</p>
Aprovação no Mestrado	<p>Para obter aprovação no Mestrado, o aluno tem de realizar todos os módulos e ser aprovado em pelo menos 80% dos créditos, para poder realizar o exame final.</p>
Sistema de classificação dos módulos	<p>O sistema de classificação qualitativa de módulos é:</p> <p>Excelente, Notável, Aprovado, Suspenso.</p>

Estudar no IUP

Introdução

Estudar no **IUP** é uma forma diferente de compreender o processo ensino-aprendizagem. Alguns dos parâmetros no ensino presencial não se adequam ao estudo *online*.

As NT aplicadas à Educação a distância

As novas tecnologias aplicadas ao campo da educação a distância alteraram a abordagem do processo.
O aluno torna-se protagonista da sua formação, responsável pela sua própria aprendizagem.

Vantagens da aprendizagem online

Principais vantagens da aprendizagem online face ao ensino presencial:

- Ser o agente principal da sua própria formação, conseguindo uma aprendizagem mais activa e significativa
 - Grande flexibilidade horária: pode “ir às aulas” à hora que mais lhe convenha, estudando ao seu próprio ritmo
 - Dispor de uma atenção e acompanhamento personalizado por parte dos professores e tutores
 - Eliminar as barreiras espaço-tempo-pessoas que lhe permitirão criar uma comunidade virtual, aprendendo com os outros e trabalhando de forma colaborativa
 - Aceder ao **IUP** a partir de qualquer computador com ligação à Internet
-

O aluno do IUP: novas funções

Ser aluno do **IUP** implica uma mudança no seu comportamento como aluno. O aluno é responsável pela sua aprendizagem e deve assumir novas **funções**:

- Planear os tempos de estudo de acordo com as suas necessidades
 - Realizar um horário de trabalho
 - Evitar distrações
 - Questionar a informação que recebe
 - Consultar o seu professor
 - Participar nos grupos de trabalho, nos fóruns, na comunidade virtual
 - Realizar os exercícios de auto-avaliação para comprovar o seu progresso na matéria
 - Pesquisar informação externa ao curso para completar a sua formação
-

...novas capacidades

... e também desenvolver determinadas **capacidades**:

- Trabalhar em equipa de forma colaborativa
 - Aplicar a criatividade na resolução de problemas
 - Aprender novos conhecimentos e assimilar novas ideias rapidamente
 - Tomar novas iniciativas e ser independente
 - Identificar problemas e desenvolver soluções
 - Reunir e organizar factos
 - Realizar comparações sistemáticas
 - Identificar e desenvolver soluções alternativas
 - Resolver problemas de forma independente
-