

1. Apresentação geral

Curso: Licenciatura em Comércio e Negócios Internacionais

Área/ Subárea: Finanças e Economia / Economia

Semestre: 1º Semestre

Carga horária: 4.5 horas

ECTS: 6

2. Objetivo geral

A unidade curricular tem como objectivo familiarizar e dotar os alunos das ferramentas conceptuais da Microeconomia, de modo a que dominem os principais factores que determinam as escolhas dos consumidores, o modo como as empresas tomam decisões, no contexto de uma economia aberta, em função das estruturas de mercado em que se encontram integradas, incluindo aquela onde o comportamento estratégico é decisivo bem como o papel do Estado, através da acção das entidades reguladoras.

3. Programa resumido da UC:

1. INTRODUÇÃO À ECONOMIA DE EMPRESA.
2. PROCURA E OFERTA. ELASTICIDADES E FORMAS DE INTERVENÇÃO GOVERNAMENTAL.
3. ESCOLHAS INDIVIDUAIS E TEORIA DO CONSUMIDOR
4. PRODUÇÃO E CUSTOS.
5. MERCADOS

4. Bibliografia principal

- Apresentações em Power Point e Textos de Apoio, 2017-2018.
- Frank, Robert (2006), Microeconomia e Comportamento, McGraw-Hill.
- Mata, José (2011), Economia da Empresa, 7ª ed., Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Oliveira, Luís (2016). Exercícios de Microeconomia, 3ª ed., Lisboa: Edição do autor.
- Samuelson, Paul; Nordhaus, William (2005), Microeconomia, Lisboa: McGraw-Hill.