

## ANEXOS

## Anexo 1 – Questionário dirigido à Direção da EPBJC do Seixal

### Questionário

#### 1. Localização

Concelho: Seixal

Freguesia: Arrentela

#### 2. Dados do estabelecimento

Código do Estabelecimento: \_\_\_\_\_

Caraterísticas Físicas:

Ano de construção: \_\_\_\_\_

Área coberta \_\_\_\_\_

Número de pisos \_\_\_\_\_

Área livre \_\_\_\_\_

Número de salas de aula \_\_\_\_\_

Acesso a pessoas com problemas de mobilidade (S/N)? \_\_\_\_\_

#### 3. Recursos Físicos

(Assinale com **X** os espaços existentes)

<b>Espaços especializados</b>	
Laboratórios	
Oficina	
Cantina	
Campo de jogos	
Ginásio	
Sala polivalente	
Recreio exterior	
Recreio coberto	
Balneários	
Biblioteca	
Sala de informática	
Outros. Quais? _____ _____	

#### 4. Equipamentos da escola

(Assinale com **X** os equipamentos em existência; indique a quantidade, se for o caso disso)

Equipamentos	Existência	Quantidade
Computadores		
Rede informática interna		
Acesso à internet		
Videoprojectores		
Retroprojectores		
Leitores de CD/DVD		
Leitores de vídeo		
Televisores		
Máquinas fotográficas		
Máquina de filmar		
Quadro interativo		
Quadro branco		
Quadro preto		
Outros. Quais? _____ _____		

5. Equipamentos das salas de aula  
(Assinale com **X** os equipamentos em existência)

Equipamentos	Existência
Computador	
Acesso à internet	
Videoprojector	
Retroprojektor	
Leitor de CD/DVD	
Leitor de vídeo	
Televisor	
Quadro interativo	
Quadro branco	
Quadro preto	
Outros. Quais? _____ _____	

6. Cursos e turmas do ano letivo de 2013-2014

Anos de escolaridade	Curso	Nº de turmas	Nº de alunos
10º ano	Curso Profissional de Técnico de Segurança e Ambiente		
11º ano			
12º ano			
10º ano	Curso Profissional de Técnico de Gestão Empresarial, Marketing e Publicidade		
11º ano			
12º ano			
10º ano	Curso Profissional de Técnico de Receção		
11º ano			
12º ano			
10º ano	Curso Profissional de Técnico de Gestão de Equipamento Informático		
11º ano			
12º ano			

## 7. Recursos humanos

Número de Docentes		Número de auxiliares de ação educativa	Outros funcionários	Total
Internos	Externos			

## 8. População alvo (tipologia de alunos)

Idade mais baixa dos jovens que frequentam a escola: \_\_\_\_\_

Idade mais alta dos jovens que frequentam a escola: \_\_\_\_\_

Média de idades dos jovens que frequentam a escola: \_\_\_\_\_

Nacionalidades dos alunos \_\_\_\_\_

Nacionalidades dos pais: \_\_\_\_\_

Alunos com necessidades educativas especiais: \_\_\_\_\_

Concelhos de residência dos alunos que frequentam a escola: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Caraterísticas sócio económicas das famílias dos alunos: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

## Anexo 2 – Questionário de Caracterização da Turma

### Questionário

Este questionário tem por objetivo conhecer-te um pouco melhor. Gostaríamos de contar com a tua colaboração.

Idade \_\_\_\_\_ Localidade onde resides \_\_\_\_\_ Nacionalidade \_\_\_\_\_

País de origem dos pais – Pai: \_\_\_\_\_ Mãe: \_\_\_\_\_

Profissão dos pais – Pai: \_\_\_\_\_ Mãe: \_\_\_\_\_

1. Indica as duas principais formas de ocupações dos teus tempos livres.

---

---

2. Qual foi o último livro que leste? Há quanto tempo?

---

---

3. Que programas de televisão preferes?

---

---

4. Costumas ver notícias na televisão? Quantas vezes por semana?

---

---

---

5. Qual a tua opinião sobre a disciplina de Economia?

---

---

---

---

---

### Anexo 3 – Respostas aos questionários de caracterização da turma

Questões	Percentagem de alunos	
	Pai	Mãe
<b>Nacionalidade dos pais</b>		
Angolana	10%	10%
Moçambicana	0%	5%
Norueguesa	5%	0%
Portuguesa	60%	60%
São Tomense	0%	5%
Não respondeu	25%	20%
<b>Profissões dos pais</b>	<b>Pai</b>	<b>Mãe</b>
Auxiliar	0%	15%
Empregada doméstica	0%	15%
Escriturária	0%	5%
Gerente de pastelaria	0%	5%
GNR	5%	0%
Motorista	5%	0%
Operário	20%	0%
Padeiro	5%	0%
Técnico de manutenção	5%	0%
Vigilante	10%	0%
Reformado	0%	5%
Não sabe ou não respondeu	45%	45%
Desempregado	5%	10%
<b>Formas de ocupação dos tempos livres</b>		
Ajudar em casa	3%	
Comer	5%	
Computador	23%	
Correr	3%	
Dançar	3%	
Desenhar	3%	
Dormir	8%	
Estar com amigos	13%	
Ginásio	3%	
Internet	3%	
Jogar	5%	
Ler	3%	
Música	10%	
Não fazer nada	5%	
Natação	3%	
Passear	5%	
Ver filmes	3%	
Ver tv	5%	

<b>Último livro que leu</b>	
Desenha em 10 lições	5%
Harry Potter	5%
O céu existe mesmo	5%
A filha do capitão	5%
Nua e crua	5%
O Convergente	5%
Soldadinho de Chumbo	5%
Lua de Joana	5%
Não lê livros ou não se lembra	60%
<b>Tipos de programa de TV preferidos</b>	
Novelas	20%
Música	10%
Séries e filmes	50%
Documentários e informativos	10%
Não tem preferências	10%
<b>Nº de vezes semanais que vê as notícias</b>	
Todos os dias	60%
Três vezes	5%
Não vê	35%
<b>Opinião sobre a disciplina de Economia</b>	
Importante/interessante	45%
Não importante	20%
Não gosta	10%
Tinha diferentes expectativas	25%



## **Economia – 10º ano**

### ***MÓDULO 3: MERCADO DE BENS E SERVIÇOS E DE FATORES PRODUTIVOS***

Mário Santos – Março 2014

1

## SUMÁRIO

Resolução de um teste diagnóstico.  
Mercado: Noção e componentes.  
Tipos de mercado (de bens e serviços, de trabalho, de capitais,...).  
Realização de uma ficha de trabalho individual.

Mário Santos – Março 2014

2

## PERSPETIVA HISTÓRICA

Em todas as cidades existe frequentemente um mercado, no qual se compram (se se for cliente) e se vendem (se se for comerciante), produtos de consumo.

Segundo o significado primitivo a palavra mercado dizia respeito a um lugar determinado onde os agentes económicos realizavam as suas transações.

Atualmente já não existe a conotação geográfica.

Podemos então dizer que o mercado representa qualquer situação de encontro entre vendedores, os que oferecem, e os consumidores, os que procuram. Deste encontro resultará a definição do preço e da quantidade a transacionar do bem ou do serviço.

Mário Santos – Março 2014

1

## NOÇÃO DE MERCADO

**Mercado** é o lugar (físico ou não) onde a oferta e a procura se encontram; isto é, é o lugar onde se encontram aqueles que pretendem adquirir bens e serviços e aqueles que pretendem vender esses mesmos bens e serviços.

**MERCADO** – Grupo de compradores e vendedores de um dado bem ou serviço. Os compradores determinam a procura e os vendedores determinam a oferta

A palavra mercado evoluiu, sendo hoje muito usada para designar a forma como se determina o preço de um dado produto.

Mário Santos – Março 2014

4

## EXEMPLOS DE GRÁFICOS SOBRE FATORES QUE INFLUENCIAM A PROCURA DE MOEDA



Online.wsj.com/news/articles/SB10014240527023046809045793655415171691787mg

Mário Santos – Março 2014

5

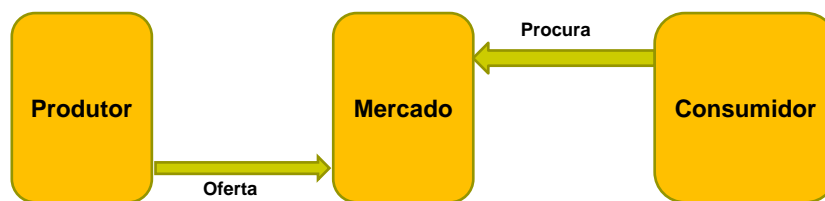
## RELAÇÃO DA TECNOLOGIA COM OS MERCADOS

- Foi a partir dos anos 70, com o aparecimento do **neoliberalismo** que houve um impulso no processo da globalização económica.
- Para facilitar as relações económicas, as instituições financeiras (Bancos, Casas de Câmbio) criaram um sistema rápido e eficiente (informatizado) para favorecer a transferência de capital e a comercialização de ações a nível mundial.
- Com a **saturação** de alguns mercados, muitas empresas multinacionais procuraram conquistar novos mercados consumidores e a concorrência fez com que as empresas utilizassem cada vez mais a tecnologia para baixar os preços e estabelecer os contatos comerciais de forma rápida e eficiente.

Mário Santos – Março 2014

6

## COMPONENTES DO MERCADO



Mário Santos – Março 2014

7

## Como funciona o Mercado?

**Como é que se efetua a harmonização entre a oferta e a procura e como é que se ajustam os preços de mercado?**

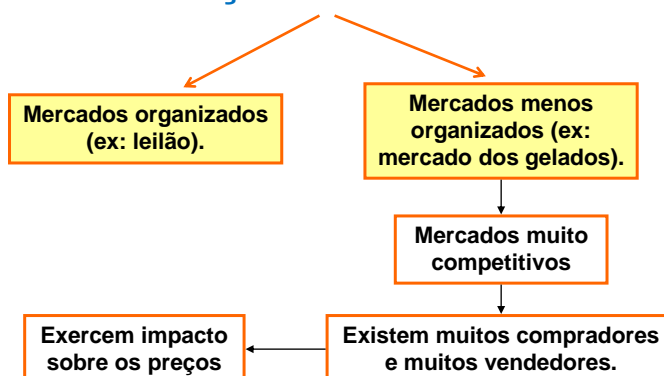
Mário Santos – Março 2014

8

## Como funciona o Mercado?

O papel do mercado não se limita à determinação do preço de equilíbrio. A atividade económica nunca se interrompe, e os preços modificam-se sem cessar. A procura, de um produto, superior à sua oferta não apenas provoca uma alta dos preços, mas também um conjunto de fenómenos económicos interligados. Se o "sinal" for dado, os produtores irão produzir mais, talvez contratar mais trabalhadores e adquirir novas máquinas (na esperança de ganhos mais elevados), isto é, investindo.

## ORGANIZAÇÃO DOS MERCADOS



## EXEMPLOS DE NOTÍCIAS NOS MEDIA

### Mercado de Energia



### Mercado de trabalho



### Mercado de combustíveis



Mário Santos – Março 2014

11

## EXEMPLOS DE NOTÍCIAS NOS MEDIA

### Mercado de capitais



### Mercado financeiro



Mário Santos – Março 2014

## EXEMPLOS DE NOTÍCIAS NOS MEDIA

Mercado de ações



<http://www.dinheirovivo.pt/Mercados/index.html>

Mário Santos – Março 2014

13

## EXEMPLOS DE MERCADOS



Mário Santos – Março 2014

14

## EXEMPLO DE MERCADOS DE CAPITAIS





Escola Profissional  
**BENTO DE JESUS CARAÇA**  
DELEGACÃO DO SEIXAL

## Economia – 10º ano

**MÓDULO 3: MERCADO DE BENS E SERVIÇOS E  
DE FATORES PRODUTIVOS**

Módulo 3: Economia – Março 2014

1

## SUMÁRIO

Síntese da aula anterior  
Resolução de uma ficha de trabalho sobre conceitos dados na aula anterior e sua correção.  
Estrutura de mercado de bens e serviços: Concorrência perfeita.  
Visualização de um vídeo sobre concorrência perfeita.  
Comparação entre concorrência perfeita e concorrência imperfeita.

Módulo 3: Economia – Março 2014

2

## ESTRUTURAS DE MERCADO

As várias formas ou estruturas de mercado dependem fundamentalmente de 5 características:

- Número de empresas que compõem esse mercado – **atomicidade**;
- Se as firmas fabricam produtos idênticos ou diferenciados – **homogeneidade dos produtos**;
- Se existem ou não barreiras de acesso de novas empresas nesse mercado – **livre entrada no mercado**;
- Disponibilização de informação a todos os intervenientes – **transparência do mercado**;
- **Mobilidade** (dos fatores).

### ESTRUTURAS DE MERCADO – Mercado de concorrência perfeita

**•Atomicidade-** Elevado número de compradores e vendedores, em que nenhum deles possui condições para influenciar o mercado a nível dos preços.

**•Homogeneidade (produtos)-** Todos os produtos são idênticos, apenas são atribuídas características específicas aos produtos que fazem com que os consumidores os diferenciem.

**•Livre acesso ao mercado-** Não existem barreiras à entrada no mercado que os preços não se alteram.

**•Mobilidade de fatores-** Existe uma fácil reconversão e deslocalização dos fatores produtivos(capital e trabalho) para setores mais produtivos e lucrativos.

**•Transparência do mercado-** Total conhecimento sobre todos os preços é por este motivo que a lei obriga a afixação dos preços dos produtos.

## ESTRUTURAS DE MERCADO – Mercado de concorrência perfeita

### Exemplos



Mário Santos 2014 - Estrutura de mercados

1

## Vídeo – Concorrência perfeita

Mário Santos 2014 - Estrutura de mercados

6

## ESTRUTURAS DE MERCADO – Mercado de concorrência perfeita

### Aspetos presentes na Notícia sobre Mercado Agrícola On-line

<b>Controlo sobre o preço</b>	<b>Sem influência</b>
<b>Nº de intervenientes</b>	<b>Elevado</b>
<b>Tipo de bens produzidos</b>	<b>Produtos idênticos</b>
<b>Importância da concorrência</b>	<b>Não existem barreiras à entrada</b>

## ESTRUTURAS DE MERCADO

<b>Caraterísticas</b>	<b>Concorrência Perfeita</b>	<b>Concorrência Imperfeita</b>
<b>Atomicidade</b>	Muitas empresas, pouca influência sobre o nível de preços.	Poucas empresas, grande influência sobre nível de preços.
<b>Homogeneidade dos produtos</b>	Existe.	Não é facilmente observável.
<b>Livre acesso ao mercado</b>	Verifica-se.	Nem sempre se verifica.
<b>Transparência do mercado</b>	Total conhecimento de preços.	Os preços nem sempre são conhecidos.
<b>Mobilidade de fatores</b>	Existe.	É posta em causa.

## ESTRUTURAS DE MERCADO – Notícias várias...

www.telemoveis.com/noticias/telecomunicacoes-concorrência-perfeita-14354.html

**telemoveis.com** Pesquisa...  
Notícias Mo...

loja **novos** marcas usados notícias análises entrevistas passatempos

Marcas: Apple LG Nokia Samsung HTC BlackBerry HP Acer Intel PlayStation

### Telecomunicações com «concorrência perfeita»

Twitter 0 G+ 0

O ministro da **Economia** considera que será **mais** fácil criar um modelo de **concorrência perfeita** com os novos poderes investidos à entidade reguladora.

O responsável da pasta da economia fez-o a constância da **guerra de mensagens** do incumbente das telecomunicações (Portugal Telecom), adiantando a sua preocupação face às percepções que este facto tem vindo a provocar a nível da comunidade europeia. Além disso, destacou alguns aspectos incontornáveis deste sector, neste ano de governação, entre eles o acidentado percurso do UMTS e a alteração da rede fixa.

Artigo Santos 2014 • Estrutura de mercados

9

## ESTRUTURAS DE MERCADO – Notícias várias...

www.mises.org.br/Article.aspx?id=757

### Fusões, aquisições, concorrência perfeita e soberania do consumidor

por Leandro Roque, quinta-feira, 19 de agosto de 2010

22 pessoas curtiram isso. Cadastre-se para ver do que seus amigos gostam.

A recente notícia sobre a fusão das empresas aéreas TAM e LAN Chile – ambas até então concorrentes em algumas rotas – excitou vários “especialistas”, que desandaram a debater contra o capitalismo e sua inerente tendência à concentração do mercado”. Entrevistas a rodo vêm sendo concedidas por professores de microeconomia – adeptos da doutrina da “concorrência perfeita”, quase todos da FGV –, que se esmeram na humanista arte de dizer como o governo deve regular as empresas mais severamente.

Todas as esperanças foram depositadas no CADE, que pelo bem da humanidade e da “livre concorrência” deve impedir essa fusão.



Artigo Santos 2014 • Estrutura de mercados

11



Escola Profissional  
**BENTO DE JESUS CARAÇA**  
DELEGAÇÃO DO SEIXAL

## Economia – 10º ano

### **MÓDULO 3: MERCADO DE BENS E SERVIÇOS E DE FATORES PRODUTIVOS**

- *Mercado de concorrência imperfeita*
- *Lei da Procura*
- *Elasticidade Procura - Preço*

## SUMÁRIO

- Síntese da aula anterior.
- Concorrência imperfeita: monopólio, oligopólio e concorrência monopolista.
- Lei da procura: representação gráfica e sua interpretação.
- Elasticidade procura-preço: discussão da sua importância.
- Resolução de fichas de trabalho.

## Monopólio

Número de produtores	Um
Controlo sobre o preço	Total
Bens produzidos	Único
Concorrência	Nenhuma

Nesta situação de mercado em que só uma empresa comercializa os bens, influencia não só os preços como as quantidades a abastecer o mercado.

## Monopólio – exemplos



## ESTRUTURAS DE MERCADO – Mercado de concorrência imperfeita

### Monopólio – notícias

expresso.sapo.pt/portugal-arrisca-multa-de-8-milhoes-por-causa-de-monopolio-da-pt=7281876

27 de fevereiro de 2014 às 9:07 **Expresso**

# ECONOMIA

INÍCIO POLÍTICA SOCIEDADE INTERNACIONAL ECONOMIA DESPORTO CULTURA

Últimas Exame Dívida Energia Carros Turismo Luxo WorldGMC 500 M&M

Página inicial / Economia / Portugal arrisca multa de 8 milhões por causa do monopólio da PT

## Portugal arrisca multa de 8 milhões por causa de monopólio da PT

A Comissão Europeia pediu hoje ao [Tribunal de Justiça](#) a aplicação de uma coima diária a Portugal de 5277 euros por excluir empresas do serviço universal de telecomunicações.

Daniel da Silveira, correspondente em Bruxelas | 13:00 Quinta-feira, 24 de janeiro de 2014



Portugal corre o risco de ser confrontado com o pagamento de uma multa cujo valor total pode rondar os 8 milhões de euros devido à situação de monopólio de facto da PT na prestação do serviço universal de telecomunicações, cujas condições são estipuladas por

Mário Santos – Maio 2014

5

## ESTRUTURAS DE MERCADO – Mercado de concorrência imperfeita

### Oligopólio

Número de produtores	Pequeno número
Controlo sobre o preço	Considerável influência sobre o preço.
Bens produzidos	Pouco diferenciados
Concorrência	Enfrenta grandes obstáculos à entrada no mercado.

Mário Santos – Maio 2014

6

## Oligopólio – exemplos



## Oligopólio – notícias

[economico.sapo.pt/noticias/temos-de-nos-habituar-a-viver-em-oligopolio\\_8542.html](http://economico.sapo.pt/noticias/temos-de-nos-habituar-a-viver-em-oligopolio_8542.html)

O mercado dos combustíveis em Portugal funciona como um oligopólio e é uma realidade à qual temos de nos habituar. Temos três 'players' (Galp, a Repsol e a BP) que, além da distribuição, controlam a empresa CLC que gere o único oleoduto que existe no País.

## Concorrência monopolística

Número de produtores	Elevado número
Controlo sobre o preço	Capacidade de controlo sobre o preço.
Bens produzidos	Produtos com particularidades, capazes de se distinguir dos outros.
Concorrência	Total facilidade de entrada e saída do mercado.

## Concorrência monopolística – exemplos



## ESTRUTURAS DE MERCADO – Síntese



Mário Santos – Março 2014

11

## Procura

### Variáveis que afetam a quantidade procurada por um consumidor

- Preço do produto
- Rendimento do consumidor
- Preço dos bens substitutos
- Preço dos bens complementares
- Gosto dos consumidores
- Expectativas sobre os preços futuros
- .....

Mário Santos – Março 2014

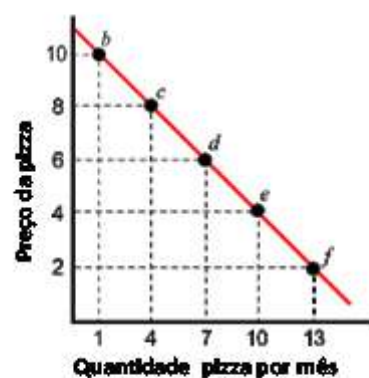
12

## Lei da Procura

<i>Procura do João por pizzas</i>	
<i>Preço (€)</i>	<i>Quantidade de pizzas por mês</i>
2	13
4	10
6	7
8	4
10	1

Lei da Procura – resulta de uma relação entre a quantidade procurada e o seu respetivo preço.

## A procura individual e a sua representação gráfica



## Como a quantidade procurada se comporta quando variamos os preços



Mário Santos – Março 2014

15

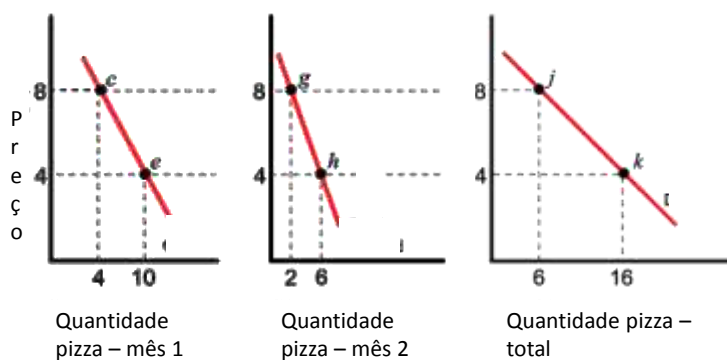
## Passagem da procura individual à procura de mercado

Preço	Quantidade	
	Mês 1	Mês 2
4	10	6
8	4	2

Mário Santos – Março 2014

16

## Passagem da procura individual à procura de mercado



Mário Santos – Março 2014

17

## Procura – notícias

www.jn.pt/PaginaInicial/Economia/Interior.aspx?content\_id=2046397

Economia

### Hoteleiros dizem que subida do IVA terá impactos negativos na procura turística e no consumo

Publicado em 2011-10-10

Like One person likes this. Sign Up to see what your friends like.

Share 0 Tweet 0 LinkedIn Share 0 +1

O presidente da Associação da Hotelaria de Portugal, Miguel Júdice, disse, esta segunda-feira, que um eventual aumento das taxas de IVA no sector terá efeitos negativos ao nível da procura turística e no consumo.

"Uma alteração de preço, por pequena que seja, que poderá ocorrer por um aumento de taxas do IVA, de que se tem muito falado, cenário que está a ser discutido neste momento, pode atirar-nos para fora do mercado", afirmou Miguel Júdice, na abertura do 23º congresso nacional da AHP, que decorre na Figueira da Foz.

Um aumento de preço "não terá apenas impacto ao nível das dormidas", explicou, acrescentando que "esse é um impacto directo mas nós não vivemos só de impactos directos, terá um impacto em todo o consumo".

Miguel Júdice considerou o preço como "o factor mais determinante" na procura turística por parte dos consumidores, os quais tem à disposição "uma vasta oferta de opções de destinos" num cenário de competitividade "cada vez mais aberta", disse.

Mário Santos – Março 2014

18



## Economia – 10º ano

### **MÓDULO 3: MERCADO DE BENS E SERVIÇOS E DE FATORES PRODUTIVOS**

#### ***•Determinantes da curva da procura***

Mário Santos – Março 2014

## **SUMÁRIO**

Correção da ficha de trabalho realizada na aula anterior.

Síntese da aula anterior.

Funcionamento do Mercado de Concorrência Perfeita: deslocações ao longo da curva da procura; deslocações da curva da procura.

Realização de uma ficha de trabalho.

Mário Santos – Março 2014

## ESTRUTURAS DE MERCADO – Síntese da aula anterior

Formas de mercado de concorrência imperfeita: Monopólio, Oligopólio e Concorrência Monopolística.

- ❖ Número de empresas;
- ❖ Controlo sobre o preço;
- ❖ Bens produzidos;
- ❖ Concorrência.
  
- ❖ Procura de um bem;
- ❖ Elasticidade procura-preço;
- ❖ Lei da procura;
- ❖ Representação gráfica.

Mário Santos – Março 2014

Ficha de trabalho – Economia – 10º ano  
Módulo 3 - "Mercado: Lei da Procura, Elasticidade Procura-Preço".



Escola Profissional  
**BENTO DE JESUS CARAÇA**  
DELEGAÇÃO DO SEIXAL

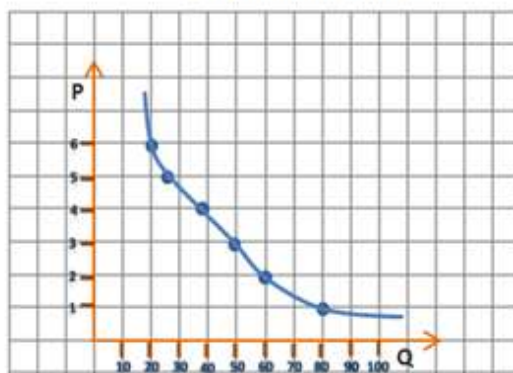
Curso Profissional de Técnico de Recepção

Nome: \_\_\_\_\_ Nº: \_\_\_\_\_

1. Através de um inquérito verificou-se que existem dois tipos de consumidores para o bem X.

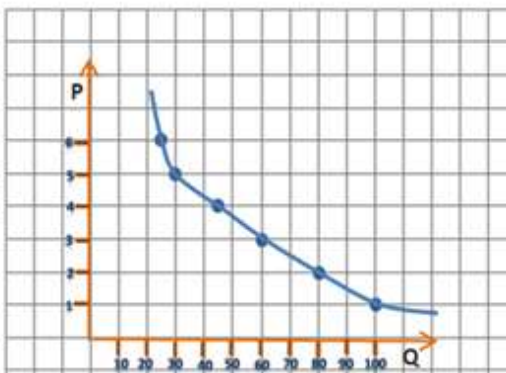
Preço do Bem X	Quantidade procurada do bem X	
	Consumidor A	Consumidor B
6	20	25
5	25	30
4	40	45
3	50	60
2	60	80
1	80	100

**Consumidor-Rita**



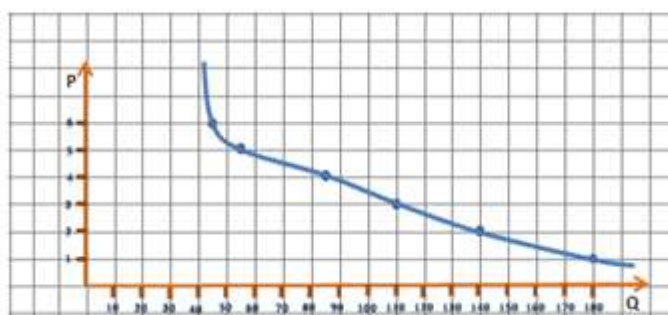
Preço	Quantidade
6	20
5	25
4	40
3	50
2	60
1	80

**Consumidor-Eugénia**



Preço	Quantidade
6	25
5	30
4	45
3	60
2	80
1	100

**Procura Agregada (Rita + Eugénia)**



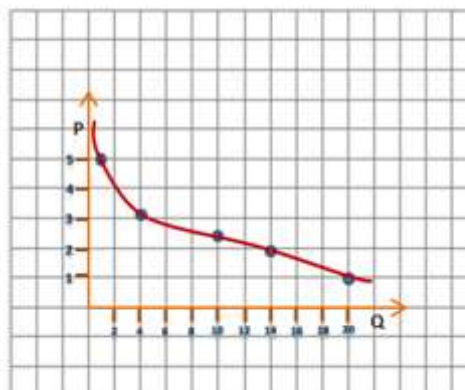
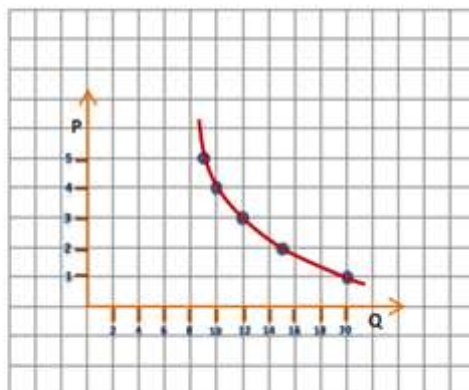
Preço	Rita	Eugénia	R + E
6	20	25	45
5	25	30	55
4	40	45	85
3	50	60	110
2	60	80	140
1	80	100	180

2. Os quadros seguintes apresentam as quantidades procuradas respeitantes aos preços indicados, de dois bens.

Bem Y	
Preço (unidades monetárias)	Quantidade procurada (unidades)
5	0
4	10
3	12
2	15
1	20

Bem Z	
Preço (unidades monetárias)	Quantidade procurada (unidades)
5	1
3	4
2,5	10
2	14
1	20

2.1. Construa os gráficos que representam a curva da procura para cada um dos bens Y e Z.



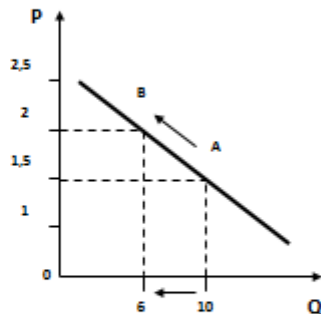
## A Procura – Determinantes da Curva da Procura

### Influência dos determinantes sobre a procura

Determinantes	Influência sobre a Procura
Preço	Negativa
Rendimento	Positiva
Preço dos outros bens	Positiva ou Negativa
Gostos ou Preferências	Positiva
Expectativas	Positiva

## A Procura – Determinantes da Curva da Procura

### 1. Efeito Preço

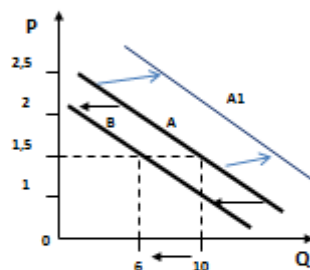


A quantidade procurada diminui, quando o preço aumenta e vice-versa. A quantidade procurada relaciona-se negativamente com o preço (tal como acontece no exemplo de bolachas).

Mário Santos – Março 2014

## A Procura – Determinantes da Curva da Procura

### 2. Efeito Rendimento



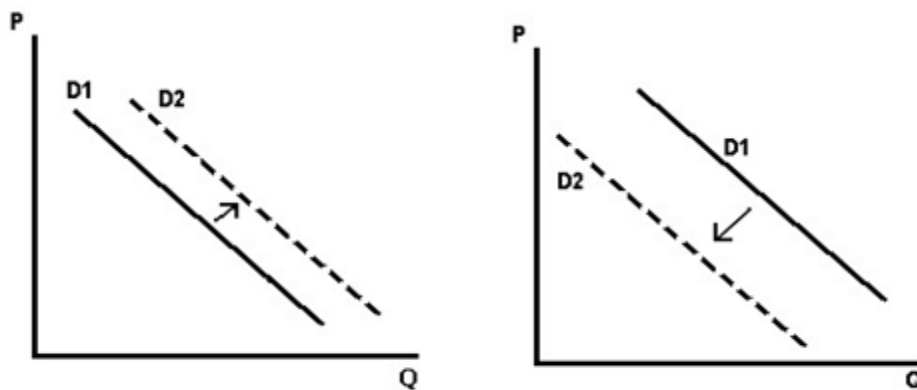
a) A procura de um bem aumenta quando o rendimento aumenta – **bolacha Oreo**

b) A procura aumenta quando o rendimento diminui – **Bolacha marca branca**

Mário Santos – Março 2014

## A Procura – Determinantes da Curva da Procura

### 3. Preço dos outros bens



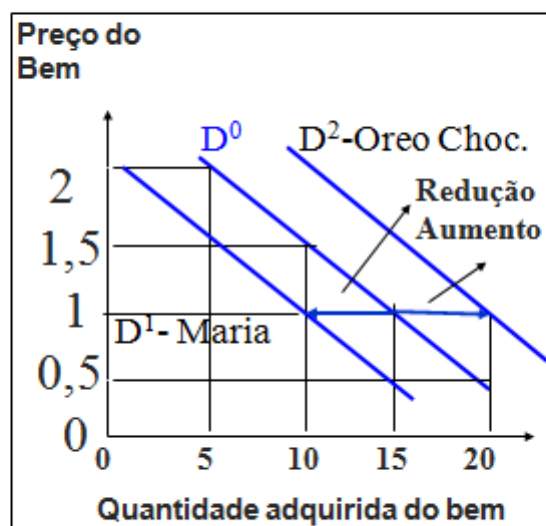
a) O aumento do preço de um bem, aumenta a procura do outro bem (Ex: bolachas e bolos) – **Bens substitutos**

a) O aumento do preço de um bem, diminui a procura por outro bem (Ex: café e açúcar) – **Bens complementares**

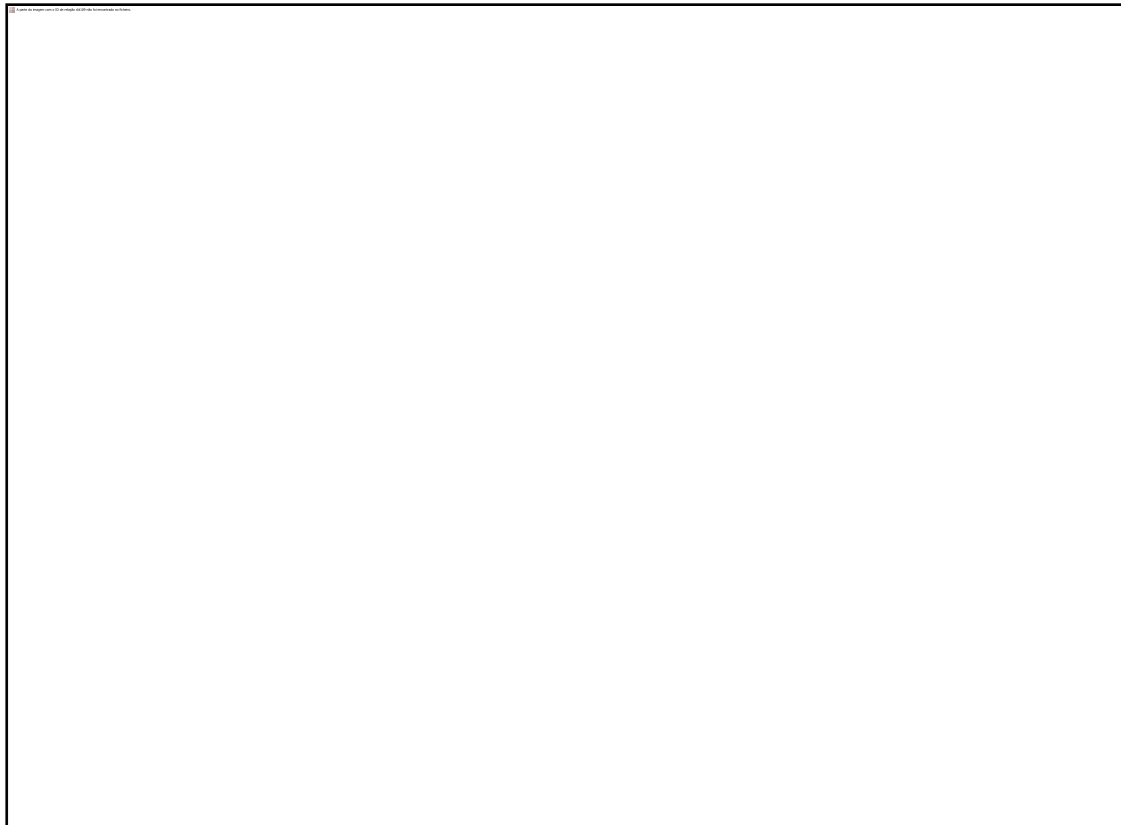
Mário Santos – Março 2014

## ESTRUTURAS DE MERCADO – Determinantes da Curva da Procura

### 4. Gostos ou Preferências



Exemplo da procura de um bem e hábitos dos consumidores



## A Procura – Determinantes da Curva da Procura

### Efeitos na Curva da Procura

Determinantes da Procura	Alteração nesta variável
Preço	Movimento na curva de procura
Rendimento	Deslocação de curva de procura
Gostos ou Preferências	Deslocação de curva de procura
Expectativas	Deslocação de curva de procura
Nº de compradores	Deslocação de curva de procura
Preço dos outros bens	Deslocação de curva de procura

## A Procura – Determinantes da Curva da Procura

<http://www.destak.pt/pesquisa>

TRANSÁVIA COM: FUGAS

**Viagens a preços reduzidos**

03 | 01 | 2012

<http://noticias.sapo.pt/pesquisa/>

25 DE MARÇO DE 2014, 17:53

**Notícias - Sony descarta uso do Android Wear**

atividades diárias do utilizador.

T3 SAPO.PT

<http://noticias.sapo.pt/pesquisa/>

25 DE MARÇO DE 2014, 17:18

**LG mostra nova imagem do seu smartwatch**

, claro, a Motorola

T3 SAPO.PT

Mário Santos – Março 2014

## ESTRUTURAS DE MERCADO – Determinantes da Curva da Procura

<http://www.destak.pt/pesquisa?q=pre%C3%A7os>

NOVO CATÁLOGO: MARCAS & EMPRESAS

**Tendências de Moda chegam ao Lidl com preços acessíveis**

24 | 02 | 2014

<http://www.destak.pt/pesquisa?q=pre%C3%A7os>

ACTUALIDADE: ACTUALIDADE

**Leite e pão devem manter preços em 2014**

20 | 12 | 2013

<http://www.destak.pt/pesquisa?q=pre%C3%A7os+telemoveis>

ACTUALIDADE: ACTUALIDADE

**Portugueses usam mais telemóveis e pagam preços acima da UE - AdC**

16 | 12 | 2013

Mário Santos – Março 2014

## Anexo 8 – Grelha de observação das aulas nºs 3 e 4 de 13/03/2014

Grelha de Observação de Aula – Curso Profissional de Técnico de Receção  
 Disciplina de Economia C – Data: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_



Escola Profissional  
**BENTO DE JESUS CARAÇA**  
 DELEGAÇÃO DO SEIXAL

	Assiduidade	Pontualidade	Comportamento	Participação	Trabalho em grupo	Interligar saberes	Partilhar	Conhecimento	Capacidade de iniciativa	Comunicação	Cooperação	Concretização das tarefas	Organização de materiais
<b>Alunos</b>													
Ana Gaio													
Ana Sousa													
Baruca Ferreira.													
Catarina Roque													
Diogo Ramos													
Brenda Afonso													
Daniela Vasconcelos													
Eugénia Vieira													
Carina Pais													
Fabiana Nunes													
Giselda Costa													
Carlos Barros													
Gerson Brazão													
João Brejo													
David Teixeira													
Mabel Araújo													
Luísa Bernardo													
Débora Reis													
Ruben Santos													
Rita Barbosa													
Élson Santo													
Tiago Fernandes													
Vasco Trapola													
Hugo Almeida													
Wilker Paulin													
Vera Bodião													
Pedro Almeida													

**Nota: colocar X nos casos verificados**

## Anexo 9 – Grelha de observação das aulas nºs 7 e 8 de 03/04/2014

Grelha de Observação de Aula - Curso Profissional de Técnico de Receção

Disciplina de Economia C – Data: \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_



<b>Alunos</b>	<b>Realiza tarefas de forma autónoma</b>	<b>Revela espírito crítico</b>	<b>Desenvolve a capacidade de observar, analisar e avaliar aspetos da realidade</b>	<b>Interpreta informação verbal e escrita</b>	<b>Utiliza terminologia correta</b>
Ana Gaio					
Ana Sousa					
Baruca Ferreira					
Brenda Afonso					
Carina Pais					
Carlos Barros					
Catarina Roque					
Daniela Vasconc.					
David Teixeira					
Débora Reis					
Diogo Ramos					
Élson Santo					
Eugénia vieira					
Fabiana Nunes					
Gerson Brazão					
Giselda Costa					
Hugo Almeida					
João Brejo					
Luísa Bernardo					
Mabel Araújo					
Pedro Almeida					
Rita Barbosa					
Ruben Santos					
Tiago Fernandes					
Vasco Trapola					
Wilker Paulin					

**Nota: colocar X nos casos verificados**

## Anexo 10 – Ficha diagnóstica das aulas nºs 1 e 2 de 06/03/2014



Ficha Diagnóstica – Economia – 10º ano  
Módulo 3: Mercado de Bens e Serviços e de Fatores Produtivos  
Curso Profissional de Técnico de Receção

Nome: \_\_\_\_\_ Nº: \_\_\_\_\_

**Assinale com X a opção (que considere mais completa), em cada caso.**

1. Mercado é ...
  - ... exatamente o local onde se realizam trocas.
  - ... exatamente o espaço virtual de compra e de venda.
  - ... o local, em sentido físico ou abstrato, onde a procura e a oferta de um bem são confrontadas.
  - ... o local onde tem que se verificar sempre a presença física dos vendedores e dos compradores.
  
2. A procura de um bem corresponde...
  - ... à quantidade desse bem que os vendedores estão dispostos a vender a um determinado preço.
  - ... à quantidade desse bem que os compradores estão dispostos a adquirir a um determinado preço.
  - ... ao preço que os compradores estão dispostos a pagar por esse bem.
  - ... ao preço que os vendedores estão dispostos a receber por esse bem.
  
3. O mercado que se caracteriza por ter um reduzido número de grandes empresas a produzir os bens de muitos consumidores denomina-se...
  - ... mercado de concorrência monopolística.
  - ... monopólio.
  - ... oligopólio.
  - ... mercado de concorrência perfeita.
  
4. No mercado de concorrência perfeita...
  - ... qualquer agente económico pode influenciar os preços.
  - ... existem grandes diferenças entre os produtos vendidos pelos diferentes comerciantes.
  - ... não é obrigatória a afixação dos preços dos produtos.
  - ... a entrada e saída do mercado é livre.
  
5. Considera-se um fator determinante da procura...
  - ... o rendimento médio dos produtores.
  - ... o custo de produção.
  - ... o rendimento médio dos consumidores.
  - ... a mobilidade dos fatores de produção.

## Anexo 11 – Ficha de trabalho das aulas nºs 3 e 4 de 13/03/2014



Ficha de trabalho – Economia – 10º ano  
Módulo 3 - “Mercado: Noção e componentes; Tipos de mercado”.

Curso Profissional de Técnico de Receção

Nome: \_\_\_\_\_ Nº: \_\_\_\_\_

1. O termo “mercado” nos séculos XII e XIII refere-se a:
- Um lugar geográfico
  - Um local “ideal” do confronto da oferta e da procura de um produto
  - Um lugar de encontro entre os que vendiam e os que desejavam comprar
  - Nenhuma das hipóteses é verdadeira

**(Assinale com X a opção correta)**

2. Mercado é uma das palavras que os economistas usam com maior frequência.

a) Apresente o conceito de mercado.

---

---

---

---

b) Dê três exemplos de mercado.

---

---

---

3. Refira uma das funções que a tecnologia tem nos mercados.

---

4. “Normalmente, os preços formam-se no mercado de maneira a equilibrar os interesses dos agentes económicos que desejam comprar bens ou serviços e dos agentes económicos que desejam vendê-los”.

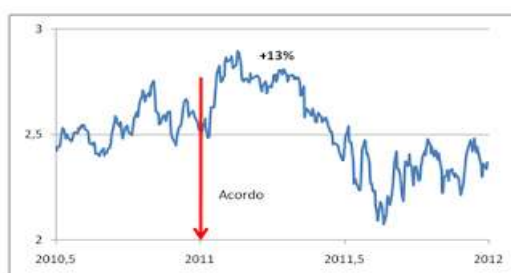
Indique, na afirmação, a expressão equivalente a:

a) Procura \_\_\_\_\_

b) Oferta \_\_\_\_\_

5. Identifique os tipos de mercado a que se refere cada uma das seguintes imagens.

a.



-Evolução da cotação da EDP, Jun2010-Dez2011 (fonte: Bolsa PT)

b.

## Samsung lança novo topo de gama, Nokia estreia-se nos Android

JOÃO PEDRO PEREIRA (em Barcelona) 24/02/2014 - 23:43

Com o mercado de telemóveis já maduro em muitos países, algumas empresas estão a tentar aliciar consumidores para uma categoria de produto diferente. A sul-coreana mostrou três novos relógios inteligentes.

<http://www.publico.pt/tecnologia/noticia/samsung-lanca-novo-topo-de-gama-nokia-estreiase-nos-android-1626064#/0>

c.



<https://www.google.pt/search?q=mercado+abastecedor+da+regi%C3%A3o+de+lisboa>

## Anexo 12 – Ficha trabalho 1 das aulas nºs 5 e 6 de 13/03/2014



Ficha de trabalho – Economia – 10º ano - Módulo 3 - “Estruturas dos Mercados de Bens e Serviços”.  
Curso Profissional de Técnico de Recepção

Nome: \_\_\_\_\_ Nº: \_\_\_\_\_

1. A empresa XPTO, Lda. produz fatos de banho e bikinis da marca “Nacional” e vende a mercadoria que produz quer a armazenistas, quer ao comércio retalhista espalhado pelo país. Para distribuir os fatos de banho e bikinis utiliza o transporte ferroviário (CP) e no caso de pequenas distâncias, utiliza as carrinhas que possui, que trabalham a gasóleo.

**Indique no texto as estruturas de mercado relativas a:**

- a) Comércio retalhista de fatos de banho e bikinis. \_\_\_\_\_
- b) Transporte ferroviário pela CP \_\_\_\_\_
- c) Empresas fornecedoras de gasóleo \_\_\_\_\_

2. **Faça a correspondência numérica utilizando a chave seguinte.**

### CHAVE

Estrutura de mercado	Número correspondente
Concorrência Monopolista	1
Monopólio	2
Oligopólio	3

Produto único e sem substituto

Muitas empresas

Considerável influência sobre preço dos produtos

Pouco diferenciado

Uma única empresa

Produto pouco diferenciado

Capacidade de controlar o preço depende do grau de diferenciação

Total influência sobre o preço

Pequeno número de empresas

dos produtos

3. **O mercado de comunicações móveis constitui um exemplo de Oligopólio.**

Caraterize a estrutura desse mercado.

---

---

---

## Anexo 13 – Ficha trabalho 2 das aulas nºs 5 e 6 de 13/03/2014



Ficha de trabalho – Economia – 10º ano - Módulo 3 - "Mercado: Lei da Procura; Elast. procura-preço".

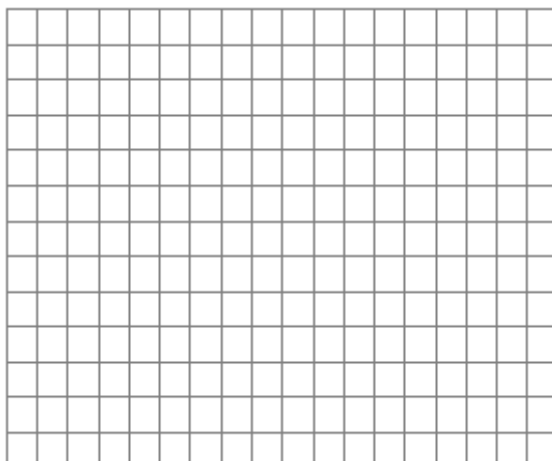
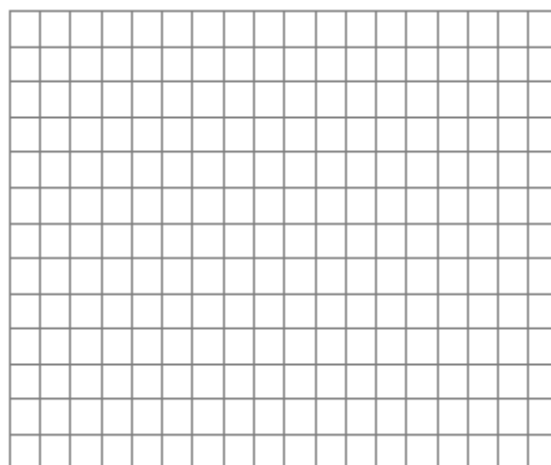
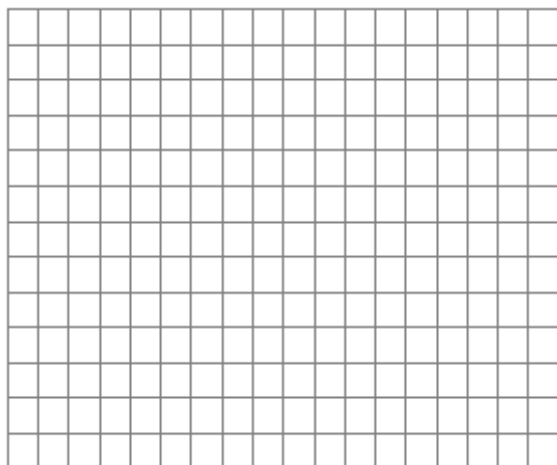
Curso Profissional de Técnico de Recepção

Nome: \_\_\_\_\_ Nº: \_\_\_\_\_

1. Através de um inquérito verificou-se que existem dois tipos de consumidores para o bem X.

Preço do Bem X	Quantidade procurada do bem X	
	Consumidor A	Consumidor B
6	20	25
5	25	30
4	40	45
3	50	60
2	60	80
1	80	100

Represente as curvas da procura dos consumidores A e B e a curva da procura agregada.

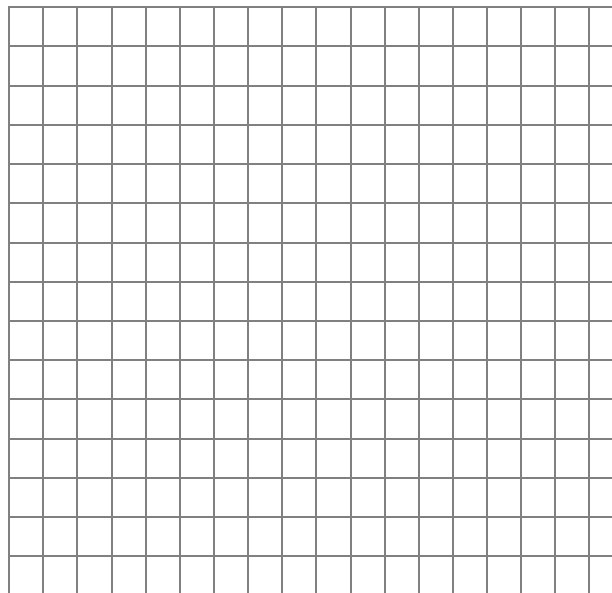
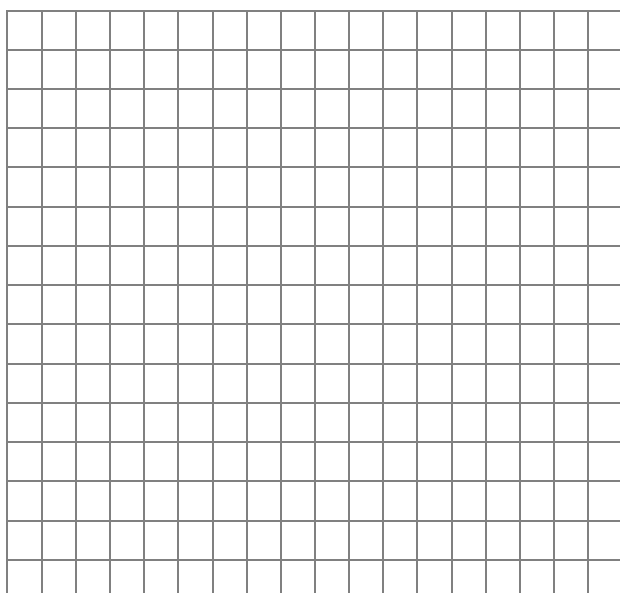


2. Os quadros seguintes apresentam as quantidades procuradas respeitantes aos preços indicados, de dois bens.

Bem Y	
Preço (unidades monetárias)	Quantidade procurada (unidades)
5	9
4	10
3	12
2	15
1	20

Bem Z	
Preço (unidades monetárias)	Quantidade procurada (unidades)
5	1
3	4
2,5	10
2	14
1	20

- 2.1. Construa os gráficos que representam a curva da procura para cada um dos bens Y e Z.



- 2.2. Depois de observar cada uma das curvas, classifique cada um dos bens conforme a reação da sua procura face a variações no preço (utilize os termos **elástico** e/ou **rígido**).

---



---

- 2.3. Dê um exemplo de um produto para cada uma das situações.

---



---

## Anexo 14 – Ficha trabalho das aulas nºs 7 e 8 de 03/04/2014



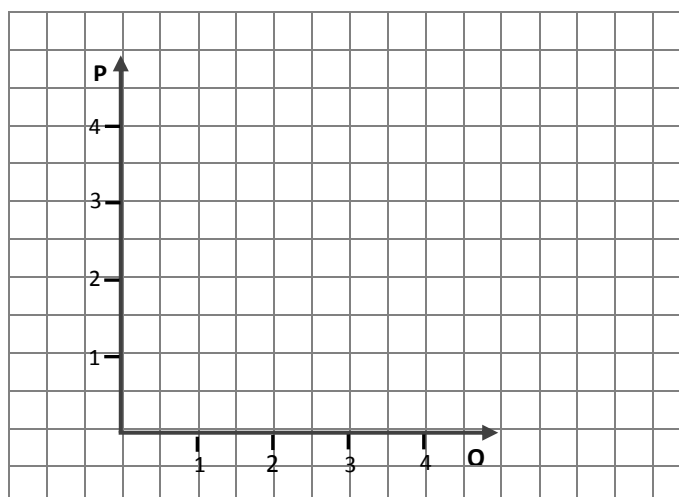
Ficha de trabalho – Economia – 10º ano – Módulo 3 - “Deslocações da Curva da Procura”  
Curso Profissional de Técnico de Receção

Nome: \_\_\_\_\_ Nº: \_\_\_\_\_

1. Complete cada espaço com o termo apropriado (aumento/redução).
  - a. Um aumento na procura provoca um/uma \_\_\_\_\_ do preço e um/uma \_\_\_\_\_ da quantidade procurada.
  - b. Uma redução na procura provoca um/uma \_\_\_\_\_ do preço e um/uma \_\_\_\_\_ da quantidade procurada.
2. Considere os seguintes dados referentes ao preço e à quantidade procurada de um **Bem X**.

Preço	Quantidade
2	4
4	2

- a. Represente a curva da procura para o **Bem X**.



- b. Indique o que acontece à curva da procura quando:
  - i. Baixa o preço de um bem substituto do **Bem X**.

---

ii. Diminui o rendimento das famílias.

---

## Anexo 15 – Questionário de opinião dos alunos



O questionário tem por objetivo recolher a opinião dos alunos acerca das Estratégias de Ensino- Aprendizagem utilizadas pelo Mestrando no decorrer das quatro aulas lecionadas.

Nas questões de **1 a 4 coloca um X** em uma das opções apenas. Nas restantes questões escreve uma resposta.

### 1. Exposição de conteúdos em PowerPoint

Com a exposição dos conteúdos em PowerPoint...

- fiquei mais atento e interessado
- consegui compreender melhor os conteúdos
- participei mais
- tenho outra opinião. Qual? \_\_\_\_\_

### 2. Visionamento de um vídeo

Com o visionamento de um vídeo...

- fiquei mais motivado
- compreendi melhor os conteúdos
- participei mais
- tenho outra opinião. Qual? \_\_\_\_\_

### 3. Utilização de exemplos baseados nos media (notícias)

Com a utilização de exemplos baseados em notícias...

- fiquei mais motivado
- percebi melhor a atualidade económica do país
- consegui relacionar a matéria com a atualidade
- tenho outra opinião. Qual? \_\_\_\_\_

### 4. Aplicação de conteúdos

A estratégia de aplicação de conteúdos que preferi foi...

- a realização de fichas de trabalho
- a colocação de questões pelo professor
- a discussão dos conteúdos aprendidos
- tenho outra opinião. Qual? \_\_\_\_\_

5. Achas que as estratégias de ensino aprendizagem (projedor, vídeos, Power Point) utilizadas pelo professor mestrando tornaram a aprendizagem mais fácil?

---

---

---

---

6. Os materiais utilizados, baseados em notícias (em suporte de papel e em vídeo) contribuíram para estimular o interesse pela matéria?

---

---

---

---

7. Achas que as aulas baseadas na utilização de **notícias** te ajudam a compreender melhor a realidade?

---

---

---

---

8. Ficaste a compreender melhor gráficos e outras imagens sobre “Mercados”?

---

---

---

---

9. Outras opiniões/sugestões

---

---

---

---

## Anexo 16 – Questionário dirigido ao Professor Cooperante



Este questionário tem por objetivo tirar conclusões acerca dos materiais e métodos pedagógicos utilizados pelo Mestrando durante o decorrer das quatro aulas que lecionou. Gostaríamos de contar com a sua opinião.

Idade: \_\_\_\_ Nº de anos de serviço: \_\_\_\_ Nº de anos ao serviço da Escola \_\_\_\_\_

Disciplinas que leciona:

---

---

1. Acha que as estratégias de ensino aprendizagem (projektor, vídeos, Power Point) utilizadas pelo professor mestrando tornaram a aprendizagem mais fácil?

---

---

---

2. Os materiais utilizados, baseados em notícias (em suporte de papel e em vídeo) contribuíram para estimular o interesse dos alunos pela matéria?

---

---

---

3. Acha que as aulas baseadas na utilização de **notícias** ajudam os alunos a compreender melhor a realidade?

---

---

---

4. Parece-lhe que os alunos ficaram a compreender melhor gráficos e outras imagens sobre “Mercados”?

---

---

---

5. Acha que as estratégias de ensino aprendizagem utilizadas pelo professor mestrando trouxeram outros benefícios à aprendizagem dos alunos? Quais?

---

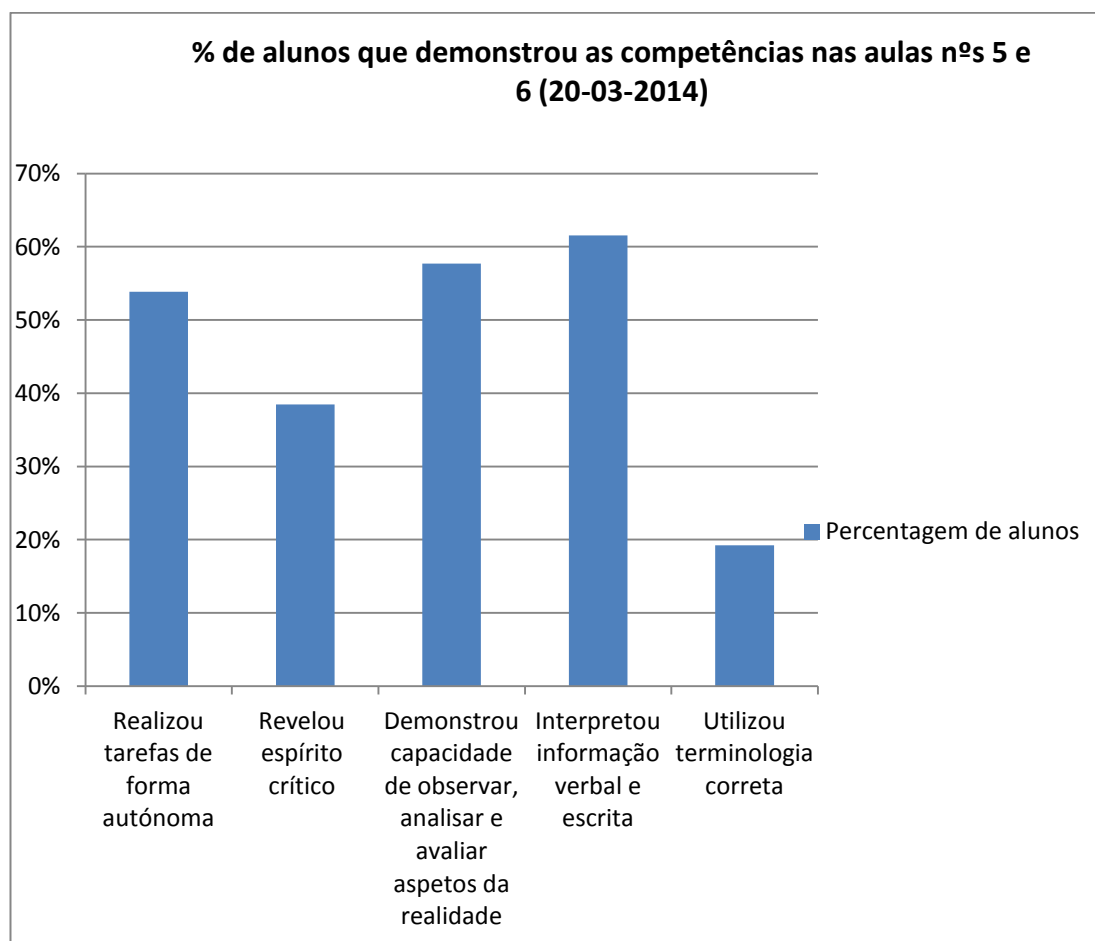
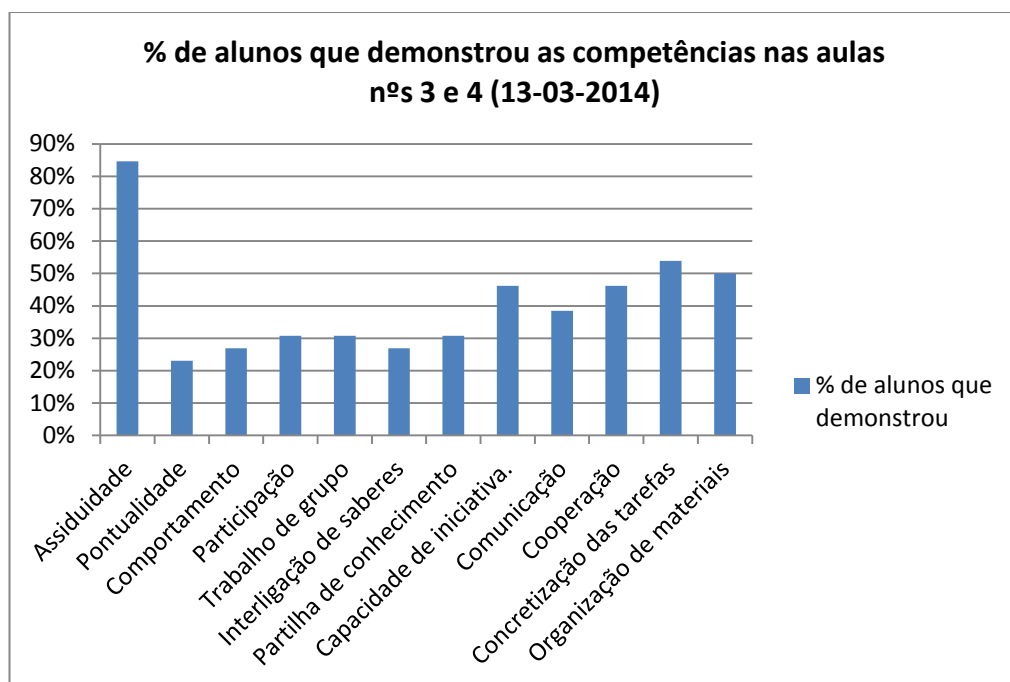
---

---

---

---

## Anexo 17 – Resultados obtidos da observação das aulas



**Anexo 18 – Ficha diagnóstica – aulas nºs 1 e 2 do dia 06/03/2014**

<b>Análise de respostas da Ficha Diagnóstica das Aulas nºs 1 e 2</b>			
Questões		Respostas Certas (%)	Outras Respostas (%)
<b>Questão 1</b>	Mercado é...	21	79
<b>Questão 2</b>	A procura de um bem corresponde...	50	50
<b>Questão 3</b>	O mercado que se caracteriza por ter um reduzido número de grandes empresas a produzir os bens de muitos consumidores denomina-se...	17	83
<b>Questão 4</b>	No mercado de concorrência perfeita...	21	79
<b>Questão 5</b>	Considera-se um fator determinante da procura...	29	71

**Anexo 19 – Ficha de trabalho das aulas nºs 3 e 4 – 13/03/2014**

<b>Análise de respostas da Ficha de trabalho das Aulas nºs 3 e 4</b>			
Questões		Respostas Certas (%)	Outras Respostas (%)
<b>Questão 1</b>	O termo "mercado" nos séculos XII e XIII refere-se a...	67	33
<b>Questão 2 a)</b>	Apresente o conceito de mercado	100	0
<b>Questão 2 b)</b>	Dê três exemplos de mercado	100	0
<b>Questão 3</b>	Refira uma das funções que a tecnologia tem nos mercados	67	33
<b>Questão 4 a)</b>	Indique, na afirmação, a expressão equivalente a: procura	33	67
<b>Questão 4 b)</b>	Indique, na afirmação, a expressão equivalente a: oferta	33	67
<b>Questão 5 a)</b>	Indique os tipos de mercado a que se refere cada uma das seguintes imagens	100	0
<b>Questão 5 b)</b>	Indique os tipos de mercado a que se refere cada uma das seguintes imagens	67	33
<b>Questão 5 c)</b>	Indique os tipos de mercado a que se refere cada uma das seguintes imagens	100	0

**Anexo 20 – Ficha de trabalho 1 das aulas nºs 5 e 6 – 20/03/2014**

<b>Análise de respostas da Ficha de trabalho 1 das Aulas nºs 5 e 6</b>			
Questões		Resposta Certas (%)	Outras Respostas (%)
<b>Questão 1 a)</b>	Comércio retalhista de fatos de banho e biquínis.	67	33
<b>Questão 1 b)</b>	Transporte ferroviário pela CP	67	33
<b>Questão 1 c)</b>	Empresas fornecedoras de gasóleo	75	25
<b>Questão 2</b>	<u>Produto único e sem substituto</u>	54	46
	<u>Muitas empresas</u>	50	50
	<u>Considerável influência sobre preço dos produtos</u>	29	58
	<u>Produto diferenciado</u>	50	50
	<u>Uma única empresa</u>	75	6
	<u>Produto pouco diferenciado</u>	58	42
	<u>Capacidade de controlar o preço depende do grau de diferenciação</u>	29	71
	<u>Total influência sobre o preço dos produtos</u>	25	75
	<u>Pequeno número de empresas</u>	71	29
<b>Questão 3</b>	Caraterização de Oligopólio	38	63

**Anexo 21 – Ficha de trabalho 1 das aulas nºs 7 e 8 – 20/03/2014**

<b>Análise de respostas da Ficha de trabalho 1 das Aula nºs 7 e 8</b>			
Questões		Respostas Certas (%)	Outras Respostas (%)
<b>Questão 1 a) i)</b>	Um aumento na procura provoca um/uma _____ do preço...	55	45
<b>Questão 1 a) ii)</b>	...e um/uma _____ da quantidade procurada.	55	45
<b>Questão 1 b) ii)</b>	Uma redução na procura provoca um/uma _____ do preço...	36	64
<b>Questão 1 b) ii)</b>	...e um/uma _____ da quantidade procurada.	64	36
<b>Questão 2 a)</b>	Represente a curva da Procura para o Bem X	91	9
<b>Questão 2 b) i)</b>	Indique o que acontece à curva da procura quando baixa o preço de um bem substituto	9	91
<b>Questão 2 b) ii)</b>	Indique o que acontece à curva da procura quando diminui o rendimento das famílias	9	91

## Anexo 22 – Questionário de opinião dos alunos

<b>Análise das respostas do questionário aplicado na aula nº 4 - "Ficha de opinião dos alunos"</b>		
<b>Questões</b>	<b>Opções de resposta</b>	<b>Respostas (%)</b>
<b>Questão 1 - Com a exposição de conteúdos em Power Point...</b>	fiquei mais atento e interessado	23%
	consegui compreender melhor os conteúdos	64%
	participei mais	5%
	tenho outra opinião	9%
<b>Questão 2 - Com o visionamento de um vídeo...</b>	fiquei mais motivado	50%
	compreendi melhor os conteúdos	45%
	participei mais	0%
	tenho outra opinião	5%
<b>Questão 3 - Com a utilização de exemplos baseados em notícias...</b>	fiquei mais motivado	23%
	percebi melhor a atualidade económica do país	23%
	consegui relacionar a matéria com a atualidade	55%
	tenho outra opinião	0%
<b>Questão 4 - A estratégia de aplicação de conteúdos que preferi foi...</b>	a realização de fichas de trabalho	32%
	a colocação de questões pelo professor	14%
	a discussão dos conteúdos aprendidos	55%
	tenho outra opinião	0%

<b>Questão 5- opinião sobre a relação entre as estratégias: projetor, vídeo e PowerPoint e a facilitação da aprendizagem</b>	sim	70%
	não	5%
	mais ou menos	25%
<b>Questão 6- opinião sobre a relação entre os materiais baseados em notícias e o interesse pela matéria</b>	sim	75%
	não	15%
	mais ou menos	10%
<b>Questão 7 - opinião sobre a relação entre materiais baseados em notícias e a compreensão da realidade</b>	sim	70%
	não	5%
	mais ou menos	25%
<b>Questão 8 - ficou a compreender melhor os gráficos e outras imagens sobre mercados?</b>	sim	45%
	não	30%
	mais ou menos	25%

## Anexo 23 – Questionário do Professor Cooperante

Este questionário tem por objetivo tirar conclusões acerca dos materiais e métodos pedagógicos utilizados pelo Mestrando durante o decorrer das quatro aulas que lecionou. Gostaríamos de contar com a sua opinião.

Idade: 47 Nº de anos de serviço: 10 Nº de anos ao serviço da Escola 10

Disciplinas que leciona: TIC; Área de Integração; Economia

1. Acha que as estratégias de ensino aprendizagem (projektor, vídeos, Power Point) utilizadas pelo professor mestrando tomaram a aprendizagem mais fácil?

Sim, poderia melhorar na relação entre os vários recursos utilizados, tornando a ligação dos conteúdos mais consistente, bem como a dinâmica e exploração dos mesmos.

2. Os materiais utilizados, baseados em notícias (em suporte de papel e em vídeo) contribuíram para estimular o interesse dos alunos pela matéria?

Sim, um pouco, nem sempre as notícias tiveram a melhor ligação com os conteúdos lecionados. E em alguns casos a apresentação dos conteúdos deveria de ser mais cuidada para uma melhor percepção, por parte dos alunos, do que se pretendia transmitir. O estímulo à participação dos alunos e a dinâmica da formação, no que concerne à interação entre os próprios alunos, entre os alunos e o professor tem que ser melhorada.

3. Acha que as aulas baseadas na utilização de notícias ajudam os alunos a compreender melhor a realidade?

As aulas baseadas em notícias ajudam a compreender melhor a realidade desde que devidamente contextualizadas com a matéria.

4. Parece-lhe que os alunos ficaram a compreender melhor gráficos e outras imagens sobre "Mercados"?

Os alunos ficaram a compreender um pouco estas matérias.

5. Acha que as estratégias de ensino aprendizagem utilizadas pelo professor mestrando trouxeram outros benefícios à aprendizagem dos alunos? Quais?

As estratégias utilizadas, prenderam por várias vezes a atenção dos alunos, no entanto, o aprofundamento dado pelo professor e a atenção à participação entre os alunos, em cada momento, têm que ser mais trabalhados para que o ensino aprendizagem se torne mais eficaz.

O mestrando trouxe vários exemplos relacionados com o mercado que suscitaram a curiosidade dos alunos e o conseqüente levantamento de questões. Esta curiosidade e dinâmica de questões deve de ser melhor aproveitada na interação que se estabelece com e entre os alunos.