

Ano Letivo: 2017/2018	
Unidade curricular: GEOGRAFIA DO COMÉRCIO E DO CONSUMO	
Docente coordenador: Herculano Cachinho	
Docentes: Herculano Cachinho	
ECTS: 6 Carga Horária semanal: 4h Tipologia: Teórico-práticas	
Conteúdos programáticos	
<p>A Geografia do Comércio e do Consumo constitui uma iniciação à abordagem das questões do comércio e do consumo em contexto urbano. Através da metodologia da <i>aprendizagem baseada em problemas</i> (ABP), a análise de <i>estudos de caso</i> e a leitura ativa de textos de referência, os alunos são convocados a desenvolverem o conhecimento e o pensamento crítico sobre a evolução das relações do comércio com a cidade e o papel do consumo na produção e vivência da cidade contemporânea, assim como fazer inferências sobre a aplicabilidade destes ao planeamento, gestão e governança da cidade, nomeadamente, através da conceção e desenvolvimento de pequenos projetos de regeneração urbana.</p>	
Objetivos da unidade curricular e competências a adquirir	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Usar corretamente os conceitos chave da geografia do comércio e do consumo ▪ Descrever as principais mudanças das paisagens comerciais e dos processos que lhes estão subjacentes. ▪ Avaliar o potencial do comércio e do consumo na regeneração dos centros urbanos ▪ Desenvolver o pensamento crítico através da resolução de problemas ligados ao consumo e às atividades comerciais. ▪ Recolher, organizar e sintetizar informação sobre as mudanças do comércio e o papel do consumo na produção e vivência da cidade contemporânea ▪ Desenvolver argumentos lógicos sobre as relações entre o comércio e a cidade ▪ Comunicar com eficácia pensamentos e ideias sobre o comércio, o consumo e a cidade ▪ Cooperar com os colegas na resolução de problemas e na tomada de decisões. ▪ Analisar problemas mediante a identificação de questões, a inventariação de hipóteses, a avaliação do potencial e limitações das soluções e a opção pela(s) mais adequada(s). 	
Bibliografia principal	
<p>Balsas, C. (2002) <i>Urbanismo Comercial e as Parcerias Público-Privado</i>, Lisboa, Observatório do Comércio/GEPE. (GB-622)</p> <p>Barata Salgueiro, T. (1996) <i>Do Comércio à Distribuição. Roteiro de uma mudança</i>, Oeiras, Celta Edições. (911.3 (469) SAL.,T)</p> <p>Cachinho, H. (2005) <i>O Comércio Retalhista: Da oferta de bens às experiências de vida</i>, in C.A. Medeiros (Dir.) <i>Geografia de Portugal</i>, III Vol., Lisboa, C. dos Leitores, pp. 264-330. (PC-134 III)</p> <p>Jayne, M. (2006). <i>Cities and Consumption</i>, Londres, Routledge. (GB-688)</p> <p>Wrigley, N.; Lowe, M. (2002). <i>Reading Retail. A geographical perspective on retailing and consumption spaces</i>, Londres, Arnold. (GE-606).</p>	
Métodos de avaliação de conhecimentos e respetiva ponderação	
A avaliação na unidade curricular é constituída pelos seguintes elementos:	
<p>Regime normal:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Resolução de 3 problemas: 50% ▪ 1 Blog/Diário de reflexão sobre as aprendizagens realizadas: 25% ▪ 3 Testes (30 minutos cada): 25% 	<p>Regime especial:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 1 Teste final: 50% ▪ 1 Trabalho prático com apresentação oral: 50%