

※ Escola Superior de Gestão de Tomar

Ano Letivo 2018/2019

**Gestão de Empresas**

Licenciatura, 1º Ciclo

Plano: Despacho nº 3393/2016 - 04/03/2016

**Ficha da Unidade Curricular: Marketing Operacional**

ECTS: 5; Horas - Totais: 135.0, Contacto e Tipologia, TP:60.0;

Ano | Semestre: 2 | S2; Ramo: Tronco comum;

Tipo: Obrigatória; Intereração: Presencial; Código: 9152321

Área Científica: Marketing

**Docente Responsável**

Maria de Fátima Rodrigues Pedro

Professor Adjunto

**Docente(s)**

Maria de Fátima Rodrigues Pedro

Professor Adjunto

**Objetivos de Aprendizagem**

Implementar um plano de marketing através da gestão das políticas de *marketing*;

Elaboração de um plano de comunicação e de marketing digital;

Desenvolver novos produtos, *pricing* e definir os canais de distribuição;

Políticas de *merchandising*. Serviços de pós-venda e controlo de qualidade.

**Conteúdos Programáticos**

1-A política de produto

2-A política de preço

3-A política de distribuição

4-A política de comunicação

5-Marketing Digital e os novos meios

6-Merchandising e gestão do ponto de venda

7-Serviços pós-venda e controlo de qualidade

**Metodologias de avaliação**

**Avaliação contínua**

A avaliação contínua é constituída por duas componentes: um trabalho (C1) com apresentação e discussão obrigatória, nota mínima de dez valores e ponderação de 40% e um teste escrito (C2) com nota mínima de oito valores e com ponderação de 60%.

Os alunos dispensam de exame se cumulativamente:

- Obtiverem pelo menos uma classificação mínima de 10 valores no trabalho,

- Obtiverem uma classificação mínima de oito valores no teste escrito,
- A nota final ( $CF=0,4C1+0,6C2$ ), arredondada às unidades, for superior ou igual a 10 valores.

#### Avaliação não contínua

A avaliação não contínua é constituída por um teste escrito (100%), realizado sem qualquer elemento de consulta. Os alunos são aprovados à unidade curricular se a classificação final, arredondada às unidades, for superior ou igual a 10 valores.

#### Software utilizado em aula

Não aplicável.

#### Estágio

Não aplicável.

#### Bibliografia recomendada

- Al, E. e Bertoncello, S. (2008). *Marketing Operacional - Abordagem em Logística, Marketing, Business to Business e Marketing Relacional*. Brasília: DVS Editora
- Dionisio, P. et al. (2015). *Mercador da Língua Portuguesa*. Lisboa: Publicações D. Quixote
- Donnellan, J. (2013). *Merchandising Buying and Management*. London: Bloomsbury
- Kotler, P. e Al, E. (2008). *Principles of Marketing*. UK: Prentice Hall

#### Coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos

Implementar um plano de marketing através da gestão das políticas de marketing (ponto 1, 2,3 e 4 do programa);  
Elaboração de um plano de comunicação e de *marketing digital* (ponto 4 e 5 do programa);  
Desenvolver novos produtos, *pricing* e definir os canais de distribuição (ponto 1, 2, 3, e 4 do programa);  
Políticas de *merchandising*. Serviços de pós-venda e controlo de qualidade (ponto 6 do programa).

#### Metodologias de ensino

O ensino visa promover a leitura e discussão de estudos de caso, a realização de trabalhos de curta e média duração, assim como a exposição de conceitos e o visionamento de casos.

#### Coerência das metodologias de ensino com os objetivos

A metodologia de ensino tem como objectivo promover a discussão crítica e oferecer ferramentas de trabalho apoiadas num referencial de materiais que permitam a consolidação de competências flexíveis, de acordo com o programa.

#### Língua de ensino

Português

**Pré requisitos**

Não aplicável.

**Programas Opcionais recomendados**

Não aplicável.

**Observações**

---

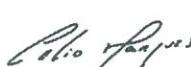
**Docente Responsável**

Maria de Fátima Assinado de forma digital  
Rodrigues Pedro Por Maria de Fátima  
Pedro Rodrigues Dados: 2019.02.13 20:10:36 Z

**Diretor de Curso, Comissão de Curso**

Luís António Assinado de forma digital por  
Antunes Francisco Luís António Antunes Francisco  
Dados: 2019.02.21 00:36:19 Z

**Conselho Técnico-Científico**

  
Assinado de forma digital por  
Célio Gonçalo Cardoso Marques  
Dados: 2019.04.24 15:07:30  
+01'00'

**Homologado pelo C.T.C.**

Acta n.º 133 Data 17/04/2019  
