



**TeSP - Gestão Comercial e Vendas**

Técnico Superior Profissional

Plano: Aviso nº 2367/2016 - 25/02/2016

**Ficha da Unidade Curricular: Merchandising e Promoções**

ECTS: 4; Horas - Totais: 108.0, Contacto e Tipologia, T:15.0; PL:45.0;

Ano | Semestre: 2 | S1

Tipo: Obrigatória; Interação: Presencial; Código: 600220

Área de educação e formação: Marketing e publicidade

**Docente Responsável**

Maria de Fátima Rodrigues Pedro

Professor Adjunto

**Docente(s)**

Maria de Fátima Rodrigues Pedro

Professor Adjunto

**Objetivos de Aprendizagem**

Explicar como funcionam os canais de distribuição

Expor as diversas ferramentas de merchandising e promoções

Compreender as especificidades de cada canal de distribuição

Organizar o ponto de venda

Relacionar o layout do estabelecimento com o público-alvo, sustentado com um plano de promoções

**Objetivos de Aprendizagem (detalhado)**

Explicar como funcionam os canais de distribuição

Expor as diversas ferramentas de merchandising e promoções

Compreender as especificidades de cada canal de distribuição

Organizar o ponto de venda

Relacionar o layout do estabelecimento com o público-alvo, sustentado com um plano de

promoções

Objectivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS)

- 4 Educação de Qualidade e 12 Produção e Consumo Sustentáveis.

### **Conteúdos Programáticos**

1. Introdução
2. Canais de distribuição
3. Ponto de venda
4. Visual merchandising
5. Promoções

### **Metodologias de avaliação**

Avaliação contínua. Realização de trabalho prático (40%) com apresentação e discussão, (nota mínima de dez valores) e um teste (60%), (nota mínima de oito valores).

Exame normal: Exame (100%).

### **Software utilizado em aula**

Não aplicável.

### **Estágio**

Não aplicável.

### **Bibliografia recomendada**

- Demetresco, S. (2004). *Vitrinas entre vistas: merchandising visual* ., Senac. Brasil
- Rodrigues, J. e Lendrevie, J. e Levy, J. e Dionisio, P. (2105). *Mercator da Lingua Portuguesa - Teoria e pratica do marketing* . 16, Publicações D. Quixote. Lisboa
- Rosseau, J. (2008). *Manual de Distribuição* . 2, Abril/Controljornal. Lisboa

### **Coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos**

Explicar como funcionam os canais de distribuição (ponto 2 do programa)

Expor as diversas ferramentas de merchandising e promoções (ponto 4 e 5 do programa)

Compreender as especificidades de cada canal de distribuição (ponto 2 do programa)

Organizar o ponto de venda (ponto 3 e 4 do programa)

Relacionar o layout do estabelecimento com o público-alvo, sustentado com um plano de promoções (ponto 2, 3, 4 e 5 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**

Assinado de forma digital por  
Mária de Fátima Rodrigues  
Pedro  
Rodrigues Pedro  
Dados: 2021.09.25 17:15:22  
+01'00'

Homologado pelo C.T.C.  
Acta n.º 173 de 3/11/2021  
\_\_\_\_\_