



INSTITUTO POLITÉCNICO DE TOMAR

ESCOLA SUPERIOR DE GESTÃO DE TOMAR

CURSO

Especialização Tecnológica  
Aplicações de Informáticas de Gestão  
Tomar – 7<sup>a</sup> Edição

ANO LECTIVO

2014/2015

### FICHA DA UNIDADE CURRICULAR

<b>Unidade Curricular</b>	Marketing
<b>Área de Competência</b>	Economia
<b>Componentes de Formação</b>	Tecnológica

Créditos ECTS	Tempo de Trabalho	
	Total	Contacto
3	71	60

DOCENTE/FORMADOR EXTERNO		CATEGORIA
Formador Interno	Paulo Jorge Natividade António	Assistente Convidado

### OBJECTIVOS DA UNIDADE CURRICULAR

. A disciplina oferece os fundamentos teóricos básicos e as competências necessárias para compreender a função desempenhada pelo Marketing no âmbito organizacional e empresarial e impacto deste nos processos de globalização e de consumo. Assim, a disciplina pretende:

- Perceber os agentes e as dinâmicas dos mercados, do ponto de vista do marketing;
- Elaborar um plano de marketing, sabendo articular as principais variáveis estratégicas;
- Reconhecer os elementos de sucesso de uma estratégia de marketing.

Os Alunos deverão dominar a temática tratada sob o ponto de vista teórico e prático, aplicando os sistemas conceptuais à realidade económica e social da sua área de trabalho.

### PROGRAMA PREVISTO PARA A UNIDADE CURRICULAR

#### 1. Introdução

Marketing e a sociedade de consumo  
A vertente social do marketing

#### 2. Mercado

#### 3. O consumidor

1. Variáveis psicossociológicas
2. Teorias explicativas e abordagens de estudo

#### 4. Segmentação

#### 5. Posicionamento. Gestão da Marca

#### 6. Marketing-Mix – Produto, preço, comunicação e distribuição

#### 7. O plano de marketing. Avaliação estratégica.

## BIBLIOGRAFIA

- Sebenta
- Fotocópias de texto fornecidos pelo docente
- PIRES, Aníbal (2002): Marketing; Conceitos; Técnicas e Problemas de Gestão, Lisboa, Verbo (3ª ed. Revista e actualizada)
- LINDON, Denis e outros (2004);MERCATOR XXI. Teoria e Prática do Marketing, Lisboa, DOM Quixote (10ª ed.)

## WEBGRAFIA

DECO – Proteste – <http://www.deco.proteste.pt/>

MARKTEST – Estudos de mercado, sondagens, audiências, publicidade – <http://www.marktest.pt/>

APPM – Associação Portuguesa dos Profissionais de Marketing – [www.apm.pt](http://www.apm.pt)

AEP – Associação Empresarial Portuguesa – [www.aeportugal.pt](http://www.aeportugal.pt)

CCP – Confederação do Comércio e Serviços de Portugal – [www.ccp.pt](http://www.ccp.pt)

Instituto Nacional de Estatística – [www.ine.pt](http://www.ine.pt)

Revista Meios e Publicidade – [www.meiosepublicidade.pt](http://www.meiosepublicidade.pt)

Jornal de Negócios – online – [www.negocios.pt](http://www.negocios.pt)

Revista Exame – [www.exame.pt](http://www.exame.pt)

Revista Marketeer – [www.marketeer.pt](http://www.marketeer.pt)

## CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO

Avaliação Contínua	Trabalho de grupo ou individual
Avaliação Final	Casos práticos (cotação 50%) e realização de trabalho (cotação 50%). Os alunos que não obtiverem nota igual ou superior a 10 (dez) são considerados reprovados

Paulo Jorge Natividade Rodrigues Antonio