



INSTITUTO POLITÉCNICO DE TOMAR
ESCOLA SUPERIOR DE GESTÃO DE TOMAR

CURSO	Especialização Tecnológica em Gestão Comercial Tomar – 2ª Edição	ANO LECTIVO	2014/2015
--------------	---	--------------------	-----------

FICHA DA UNIDADE CURRICULAR

Unidade Curricular	Marketing
Área de Competência	Marketing e publicidade
Componentes de Formação	Tecnológica

Créditos ECTS	Tempo de Trabalho	
	Total	Contacto
7	189	90

DOCENTE INTERNO		CATEGORIA
Responsável	Paulo António Natividade	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
- AEP – Associação Empresarial Portuguesa – www.aeportugal.pt
- CCP – Confederação do Comércio e Serviços de Portugal – www.ccp.pt
- Instituto Nacional de Estatística – www.ine.pt
- Revista Meios e Publicidade – www.meiosepublicidade.pt
- Jornal de Negócios – online – www.negocios.pt
- Revista Exame – www.exame.pt
- Revista Marketeer – www.marketeer.pt

CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO

Avaliação Contínua	Trabalho de grupo ou individual; Assiduidades; Participação na aula
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

OBSERVAÇÕES

Paulo António