

**TeSP - Gestão Comercial e Vendas**

Técnico Superior Profissional

Plano: Despacho n.º 12803/2021 - 29/12/2021

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

ECTS: 5; Horas - Totais: 135.0, Contacto e Tipologia, T:14.0; PL:42.0; OT:14.0;

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

**Conteúdos Programáticos**

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

**Metodologias de avaliação**

Avaliação contínua:

A avaliação contínua é constituída por duas componentes: um trabalho prático (C1), com apresentação e discussão, obrigatória para todos os elementos do grupo, ponderação de 40%, nota mínima de 10 (dez) valores e um teste escrito (C2), ponderação de 60%, nota mínima de 8 (oito) valores.

A Classificação final é expressa por  $(CF=0,40C1+0,60C2)$ , desde que a nota mínima tenha sido obtida em cada um dos componentes de avaliação. Caso contrário, a classificação final será igual à menor das classificações C1 ou C2.

Os alunos são aprovados à unidade curricular se a classificação final dos dois componentes de avaliação, arredondada às unidades, for superior ou igual a 10 (dez) 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 (dez) valores.

### **Software utilizado em aula**

Não aplicável.

### **Estágio**

Não aplicável.

### **Bibliografia recomendada**

- Rodrigues, J. e Lendrevie, J. e Levy, J. e Dionisio, P. (2015). *Mercator da Lingua Portuguesa - Teoria e pratica do marketing* . 16, Publicações D. Quixote. Lisboa
- Demetresco, S. (2004). *Vitrinas entre vistas: merchandising visual* . , Senac. Brasil
- 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

Objetivos de Desenvolvimento Sustentável:

- 4 - Garantir o acesso à educação inclusiva, de qualidade e equitativa, e promover oportunidades de aprendizagem ao longo da vida para todos;
- 12 - Garantir padrões de consumo e de produção sustentáveis;

---

## Docente responsável

Maria de Fátima  
Rodrigues Pedro

Assinado de forma digital por  
Maria de Fátima Rodrigues Pedro  
Dados: 2022.09.14 09:40:52  
+01'00'

