

**Escola Superior de Tecnologia de Tomar**

**Ano letivo: 2023/2024**

**Design e Tecnologia das Artes Gráficas**

Licenciatura, 1º Ciclo

Plano: Despacho nº 9182/2020 - 25/09/2020

**Ficha da Unidade Curricular: Marketing**

ECTS: 4; Horas - Totais: 107.0, Contacto e Tipologia, TP:30.0; O:2.0;

Ano | Semestre: 2 | S1

Tipo: Obrigatória; Interação: Presencial; Código: 964440

Área Científica: Ciências Empresariais

**Docente Responsável**

Maria Filipa Ferreira da Silva Pias

Professor Adjunto Convidado

**Docente(s)**

Maria Filipa Ferreira da Silva Pias

Professor Adjunto Convidado

**Objetivos de Aprendizagem**

1. Perceber os agentes e as dinâmicas dos mercados, do ponto de vista do marketing;
2. Conhecer os principais métodos de estudo do consumidor;
3. Elaborar um plano de marketing, sabendo articular as principais variáveis estratégicas;
4. Conhecer as especificidades de gestão da marca.

**Conteúdos Programáticos**

1. Introdução
2. Análise do mercado e dos seus actores
3. Teorias e modelos explicativos do comportamento dos consumidores
4. Segmentação
5. O posicionamento
6. A marca
7. Marketing-Mix

**Conteúdos Programáticos (detalhado)**

1. Introdução
  - 1.1 Conceitos básicos do marketing
  - 1.2 Evolução do papel do marketing
  
2. Análise do mercado e dos seus actores
  - 2.1 Mercado
  - 2.2 Análise da concorrência
  - 2.3 Os estudos de mercado
  - 2.4 Análise da empresa
  - 2.5 Comportamento do consumidor
  
3. Teorias e modelos explicativos do comportamento dos consumidores
  - 3.1 As variáveis explicativas individuais
  - 3.2 As variáveis explicativas sociológicas e psicossociológicas
  - 3.3 Processo de decisão
  
4. Segmentação
  - 4.1 Processo de segmentação
  - 4.2 Critérios de segmentação
  - 4.3 Métodos de divisão do mercado
  
5. O posicionamento
  - 5.1 O que é um posicionamento
  - 5.2 Universo de referência, características distintivas, eixos de diferenciação
  
6. A marca
  - 6.1 Definição
  - 6.2 Funções da marca
  - 6.3 Imagem da marca e a sua identidade
  - 6.4 As políticas da marca
  
7. Marketing-Mix
  - 7.1 Produto
  - 7.2 Preço
  - 7.3 Comunicação
  - 7.4 Distribuição

### **Metodologias de avaliação**

#### **AVALIAÇÃO CONTÍNUA**

A presença é obrigatória em 2/3 das aulas. A nota final é a média aritmética de:

1. Projeto, obrigatório, individual, realizado em sala de aula (50%).
2. Prova escrita (50%).

Classificação na escala de 0 a 20 valores

#### **AVALIAÇÃO EM PERÍODOS DE EXAME**

Serão admitidos a exame os alunos com assiduidade igual ou superior a 2/3 (dois terços) e que tenham obtido no Projeto e na Prova escrita durante o semestre, o mínimo de 8 valores.

O exame, em todas as épocas, consiste em prova escrita (100%).

Aprovação: nota final igual ou superior a 10 (dez) valores.

#### **Software utilizado em aula**

Não aplicável.

#### **Estágio**

Não aplicável.

#### **Bibliografia recomendada**

- Dionísio , P. e Al, E. (2015). *Mercator XXI - Mercator da Língua Portuguesa - Teoria e Prática . .* , Publicações Dom Quixote. Lisboa
- Dionísio, P. e Al, E. (2010). *Publicitor - Comunicação 360° online - offline . .* , Publicações Dom Quixote. Lisboa
- Wiedemann, J. (2017). *The Package Design Book . .* , Taschen.
- DuPus, S. e Silva, J. (2011). *Package Design Workbook . .* , Rockport. USA

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

1,2,3,4,5,6,7 v.1;

2,3,4,7 v.2;

2,3,4,5,6,7 v.3;

4 v.4;

#### **Metodologias de ensino**

1. Apresentação dos conteúdos teóricos com apoio de meios audiovisuais, estudo e análise de casos.

2. Desenvolvimento de trabalhos T/P: análise/diagnóstico de casos e desenvolvimento de projeto de design de comunicação acompanhados pelo professor.

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

1,2 v.1;

1,2 v.2;

1,2 v.3;

1,2 v.4;

#### **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;
- 5 - Alcançar a igualdade de género e empoderar todas as mulheres e raparigas;
- 8 - Promover o crescimento económico inclusivo e sustentável, o emprego pleno e produtivo e o trabalho digno para todos;
- 12 - Garantir padrões de consumo e de produção sustentáveis;

---

**Docente responsável**

Filipa Pias  
filipa.pias@ip  
t.pt

Digitally signed by  
Filipa Pias  
filipa.pias@ipt.pt  
Date: 2023.11.13  
23:19:22 Z

