



INSTITUTO POLITÉCNICO DE TOMAR

## ESCOLA SUPERIOR DE GESTÃO DE TOMAR

CURSO

Especialização Tecnológica em Aplicações  
Informáticas de Gestão

ANO LECTIVO

2008/2009

### FICHA DA UNIDADE CURRICULAR

**Unidade Curricular** Marketing  
**Área de Competência** Economia  
**Componentes de Formação** Tecnológica

**Créditos ECTS**

3

**Tempo de Trabalho**

Total

71

Contacto

60

#### DOCENTE INTERNO

Responsável

José Gaio Martins Dias

#### CATEGORIA

Equip. Assist. 1.º Triénio

#### DOCENTE/FORMADOR EXTERNO

Coordenador Interno

Formador Externo

#### CATEGORIA

-

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

## **BIBLIOGRAFIA**

Sebenta

Fotocópias de textos fornecidos pelo docente

PIRES, Aníbal (2002): Marketing. Conceitos, Técnicas e Problemas de Gestão, Lisboa, Verbo (3.ª 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 - <http://www.appm.pt/>

AEP - Associação Empresarial Portuguesa - <http://www.aeportugal.pt/>

AIP - Associação Industrial Portuguesa - <http://www.aip.pt/>

APCT - Associação Portuguesa para o Controlo de Tiragem - <http://www.apct.pt/>

CCP - Confederação do Comércio e Serviços de Portugal - <http://www.ccp.pt/>

Instituto Nacional de Estatística - <http://www.ine.pt/>

Revista Meios e Publicidade – Online - <http://www.meiosepublicidade.pt/>

Jornal de Negócios – Online - <http://www.negocios.pt/>

Revista Exame - <http://www.exame.pt/>

Revista Marketeer - <http://www.marketeer.pt/>

Superbrands Portugal - <http://www.superbrands.org/20726>

## **CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO**

---

Avaliação Contínua	Trabalho de grupo ou individual; Assiduidade; Participação na aula
--------------------	--

---

Avaliação Periódica	Exame de frequência
---------------------	---------------------

---

Avaliação Final	Exame final, caso não tenham tido aproveitamento positivo ou não tenham realizado os trabalhos dentro do prazo determinado.
-----------------	---

---

## **OBSERVAÇÕES**

*Yolanda Costa Santos Dias*