



INSTITUTO POLITÉCNICO DE TOMAR

ESCOLA SUPERIOR DE GESTÃO DE TOMAR

CURSO Especialização Tecnológica em Aplicações
Informáticas de Gestão ANO LECTIVO 2007/2008

FICHA DA UNIDADE CURRICULAR

Unidade Curricular Marketing
Área de Competência Economia
Componentes de Formação Tecnológica

Créditos ECTS	Tempo de Trabalho	
	Total	Contacto
3	71	60

DOCENTE INTERNO **CATEGORIA**
Responsável José Gaio Martins Dias Eq. Assistente de 1º Triénio

DOCENTE/FORMADOR EXTERNO **CATEGORIA**
Coordenador Interno --
Formador Externo --

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

- Variáveis psicossociológicas
- Teorias explicativas e abordagens de estudo

4. Segmentação

5. Posicionamento

6. Marketing – Mix

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 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

Yacine Nader