



MINISTÉRIO DA CIÊNCIA, TECNOLOGIA E ENSINO SUPERIOR
DIRECÇÃO-GERAL DO ENSINO SUPERIOR
INSTITUTO POLITÉCNICO DE TOMAR

ESCOLA SUPERIOR DE GESTÃO DE TOMAR

LICENCIATURA EM GESTÃO DE COMÉRCIO E SERVIÇOS

Ano Lectivo 2007-2008

Disciplina: Gestão de Comércio e Serviços

Regime: Semestral

Ano / Semestre: 4.º / 2.º

Carga Horária Semanal: 2T + 2P

Docente: Eq. Assist. do 2.º Triénio Inês Bettencourt da Câmara

Programa

A disciplina oferece os fundamentos teóricos e as competências necessárias para compreender o sector de Comércio e Serviços.

Através da realização de um trabalho prático, em contexto de laboratório, os alunos deverão pôr em prática os seus conhecimentos.

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.

De uma forma global a avaliação deve contribuir para o desenvolvimento de competências profissionais gerais e específicas, promovendo o trabalho de equipa, desenvolvendo capacidades de comunicação, síntese, criatividade e espírito crítico essenciais no respectivo itinerário profissional. Dentro destes pressupostos, devem também se fomentadas competências e atitudes que serão relevantes para um bom desempenho académico e profissional, como a assiduidade e a pontualidade, a responsabilidade e a motivação.

Avaliação

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.

Tendo em consideração a complexidade das matérias tratadas, será exigido aos alunos que realizem:

1. Trabalho de natureza teórico-prática, apresentado em aula.
2. Exame final, caso não tenham tido aproveitamento positivo no referido trabalho ou não o tenham realizado do prazo determinado.

Bibliografia

Outras fontes bibliográficas serão distribuídas em aula.

BARABBA, Vincent e Gerald Zaltman. Hearing the Voice of the Market.
Massachusetts: Harvard Business School Press, 1991

DIONÍSIO, Pedro et al. Mercator – Teoria e Prática do Marketing. Lisboa: Publicações
Dom Quixote, 2000

DIONÍSIO, Pedro et al. Publicitor. Lisboa: Publicações Dom Quixote, 1999

JALLAIS, J. et al. O Marketing da Distribuição. Lisboa: Zénite, 1993

LEVINSON, Jay Conrad. Marketing de Guerrilha. Lisboa: Difusão Cultural, 1992

KOTLER, Philip. Principles of Marketing. The European Version. London: Prentice-
Hall

NUNES, João Coelho. Marketing em Portugal – Um guia de acção. Lisboa: Texto
Editora

PIRES, Aníbal. O que é o Marketing. Lisboa: Difusão Cultural, 1994

luis Bettencourt do Carmo