



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

## **ESCOLA SUPERIOR DE GESTÃO DE TOMAR**

### **GESTÃO DE COMÉRCIO E SERVIÇOS**

#### **SEMINÁRIO**

**2007/2008**

**Regime:** Semestral

**Ano/Semestre:** 4.º / 2.º

**Carga horária semanal:** 3TP

**Docentes:** Ana Luísa Fernambuco, Equiparado a Assistente do 1º Triénio

---

#### **Objectivos**

Desenvolver competências no que diz respeito aos conhecimentos adquiridos ao longo do curso de forma a promover o empreendedorismo e criatividade dos alunos aplicando esses recursos na criação de um projecto empresarial concreto.

Pretende-se que o aluno seja capaz de:

**Compreender e operacional todas as fases dum projecto associado à criação de um plano de negócios.**

#### **Programa**

Análise de um plano de negócios e de toda a estrutura dum plano de marketing:

- análise do meio envolvente;
- análise swot;
- análise do mercado;
- análise da concorrência;
- identificação do público-alvo;
- identificação dos produtos e/ou serviços;
- criação de logótipo e gestão da marca;
- segmentação e posicionamento;

Criação de uma apresentação oral.

#### **Avaliação**

Os alunos serão avaliados pelo investimento realizado no decurso das aulas, criatividade e originalidade na gestão da ideia de projecto e apresentação oral.

A avaliação terá em conta os seguintes itens:

- O investimento individual realizado em sala bem como a assiduidade (obrigatório o mínimo de 70% de presenças em sala) valem 10% da nota final (2 valores);
- Realização de trabalhos de grupo, com entrega de trabalho escrito e apresentação oral, valem os restantes 90% da nota final (18 valores – 6 para escrita, 12 para apresentação oral);

Caso o aluno não atinja no final do semestre o requisito mínimo de 10 valores em avaliação contínua, terá que realizar um exame final onde estas regras já não se aplicam, valendo o exame final (e seguintes épocas) por si só 100% da nota.

Os trabalhadores estudantes, terão que optar por um de dois modelos, a saber, ou acompanham a avaliação contínua realizando o trabalho obrigatório, ou optam pelo exame escrito sem recurso às regras do modelo anterior.

### **Bibliografia**

- AAVV. Público-Alvo – Crianças\_A Força dos Personagens e do Marketing para Falar com o Consumidor Infantil. Campus, 2003
- AGOSTINHO, Henrique. Compre Este Porque... Lisboa: Edições Sílabo, 2004
- ANDRÉS, Andreia, Joaquim Caetano e Luís Rasquilha. Gestão de Experience Marketing. Lisboa: Quimera, 2006
- BRIDGER, Darren e David Lewis. A Alma do Novo Consumidor. M. Books, 2004
- ENGEL, James F. Comportamento do Consumidor, Nova Guanabara, 2000
- ALVES, Carlos Teixeira. Satisfação do Consumidor. Lisboa: Escolar Editora, 2003.
- BARABBA, Vincent e Gerald Zaltman. Hearing the Voice of the Market. Massachussets: Harvard Business School Press, 1991.
- CUNHA, Miguel Pina e et al. Marketing – Conceitos e Casos Portugueses. Lisboa: Escolar Editora, 2004.
- DAVIDSON, Martin. The Consumerist Manifesto. Londres: Routledge, 1992.
- DIONÍSIO, Pedro et al. Publicitor. Lisboa: Publicações Dom Quixote, 1999.
- DUBOIS, Bernard. Compreender o Consumidor. Lisboa: Dom Quixote, 2005
- HILL, Sam e Glenn Rifkin. Marketing Radical. Lisboa: Presença, 1999.
- HORTINHA, Joaquim e Carlos Viana. Marketing Internacional. Lisboa: Sílabo, 2002.
- LENDREVIE, Jacques et al. Mercator – Teoria e Prática do Marketing. Lisboa: Publicações Dom Quixote, 1999.
- PIRES, Aníbal. O que é o Marketing. Lisboa: Difusão Cultural, 1994.
- REIS, Elisabeth e Raul Moreira. Pesquisa de Mercados. Lisboa: Sílabo, 1992.
- SANTOS, Beja e Artur Tomé. Consumactor - O Consumidor Contra a Má Globalização. Temas e Debates, 2003
- SANTOS, Beja. Novo Mercado Novo Consumidor. Prefácio, 2004
- SCHIFFMAN, Leon G. Comportamento do Consumidor. Nova Guanabara, 2000
- SOLOMON, Michael. Comportamento do Consumidor (O): Comprando, Possuindo e Sendo. Artes Médicas, 2000

VILLAFANE, Justo. Imagem Positiva: Gestão Estratégica da Imagem da Empresa.

Lisboa: Sílabo, 2000.

[www.appm.pt](http://www.appm.pt)

[www.trendwatching.com](http://www.trendwatching.com)

[www.iapmei.pt](http://www.iapmei.pt)

[www.oesteempreendedor.net](http://www.oesteempreendedor.net)

[www.empresanahora.pt](http://www.empresanahora.pt)

[www.portaldaempresa.pt](http://www.portaldaempresa.pt)

[www.planotecnologico.pt](http://www.planotecnologico.pt)

(restantes links indicados ao longo do semestre)

*António Fernandes*