



INSTITUTO POLITÉCNICO DE TOMAR
Escola Superior de Tecnologia de Tomar
Departamento de Tecnologia e Artes Gráficas
Curso de Tecnologia e Artes Gráficas

MARKETING II

4.º Ano

Ano Lectivo: 2005/2006

Docentes: Eq. Assist. 2.º Triénio Inês Bettencourt da Câmara

Eq. Assist. 1.º Triénio José Gaio M. Dias

Regime: Semestral – 2.º

Carga Horária: 4 TP

OBJECTIVOS

Temáticas afloradas no âmbito de *Marketing I*, são aqui aprofundadas tendo em conta o perfil profissional dos futuros licenciados em Tecnologia e Artes Gráficas. Nesse âmbito discutem-se conceitos e técnicas ligados a Marketing e Comunicação, Marketing do Lazer e da Cultura e Marketing de Serviços.

PROGRAMA

Marketing do Lazer e da Cultura. Públicos e audiências da cultura. A cultura enquanto mercado concorrencial. Criação de marcas nos territórios do lazer e da cultura.

Marketing de Serviços. As especificidades do marketing de serviços. O processo de compra dos serviços. A qualidade dos serviços e a satisfação do cliente. Os serviços e as novas tecnologias

Comunicação como uma variável de Marketing. Comunicação empresarial. Tipos de comunicação da empresa. Comunicação com o Cliente. Comunicação com os Fornecedores. Comunicação com as Agências.

Relações Públicas. RP como comunicação bidireccional. O espaço público. Comunicação institucional. RP: objetivos, técnicas, meios e públicos.

Marketing e comunicação visual. Publicidade. Direct Marketing. Webmarketing.

AVALIAÇÃO

Valendo 50%: Trabalho prático de grupo (2/3 alunos), com apresentação pessoal em sala de aula. Temas: Análise de website/comunicação on-line (Vaqueiro, Nestlé, ou outro); Criação da marca de uma editora especializada em literatura policial e de suspense; Criação da marca de uma editora especializada em literatura infanto-juvenil; Criação da marca de uma empresa especializada em comunicação e consultoria cultural. Em três fases («projecto» até 29-03-2006; «relatório final» até 10-05-2005, descontando-se 30% no valor final do trabalho por cada fase não cumprida dentro do prazo.

Valendo 50%: Frequência ou exame de qualquer época ou regime.

Handwritten signature

BIBLIOGRAFIA DE REFERÊNCIA

- ANDRADE, Cândido Teobaldo de Souza (2003): Curso de Relações Públicas. Relações com os Diferentes Públicos, S. Paulo, Thomson
- BARABBA, Vincent e Gerald Zaltman. Hearing the Voice of the Market. Massachussets: Harvard Business School Press, 1991.
- BATESON, John; HOFFMAN, K. D. (2001): Marketing de Serviços, Porto Alegre, Artmed-Bookman, trad L. Simonini
- CARDOSO, Gustavo (2003): O Que É Internet?, Lisboa, Quimera Ed
- CASTELLS, Manuel (2004[2001]): A Galáxia Internet. Reflexões sobre Internet, Negócios e Sociedade, Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian, trad Rita Espanha, coord J. M. Paquete de Oliveira e Gustavo Cardos
- CASTRO, João Pinto e (2002): Comunicação de Marketing, Lisboa, Ed Sílabo
- CHIAS, Joseph. O Mercado Ainda São as Pessoas. Lisboa: McGraw-Hill, 1989.
- DAVIDSON, Martin. The Consumerist Manifesto. Londres: Routledge, 1992.
- 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.
- HELPER, J.-P e J. Orsoni. Marketing. Lisboa: Sílabo, 1996.
- HELLER, Steven e Karen Pomeroy. Design Literacy – Understanding Graphic Design. New York: Allworth Press, 1997.
- HIAM, Alexander. Marketing. Lisboa: Abril/ Controljornal, 1995.
- HILL, Sam e Glenn Rifkin. Marketing Radical. Lisboa: Presença, 1999.
- HORTINHA, Joaquim (2001): E-Marketing. Um Guia para a Nova Economia, Lisboa, Edições Sílabo
- HORTINHA, Joaquim e Carlos Viana. Marketing Internacional. Lisboa: Sílabo, 2002.
- JALLAIS, J. et al. O Marketing da Distribuição. Lisboa: Zénite, 1993.
- KOTLER, Philip (2000): Marketing para o Século XXI, Lisboa, Editorial Presença, trad Saul Barata**
- KOTLER, Philip. Marketing para o Século XXI. Lisboa: Presença, 1999.
- KOTLER, Philip. Principles of Marketing. The European Version. London: Prentice-Hall, 1995.
- KOTLER, Philip; HAIDER, Donald; REIN, Irving (1995): Marketing Público, São Paulo, McGraw-Hill, trad Eliane Kanner
- LENDREVIE, Jacques et al. Mercator – Teoria e Prática do Marketing. Lisboa: Publicações Dom Quixote, 1999.
- LEVINSON, Jay Conrad. Marketing de Guerrilha. Lisboa: Difusão Cultural, 1992.
- MACHURET, Jean-Jacques, Dominique Deloche e Jacques Charlot d' Amert. Comerciator – Teoria e Prática da Via da Qualidade nos Sistemas de Venda. Lisboa: Pub. D. Quixote, 1993.
- MCDONALD, Malcolm. O Plano de Marketing. Lisboa: Exodus, 1995.
- MOUTINHO, Ana Viale (2001): Dicionário de Relações Públicas, Porto, Campo das Letras
- MURPHY, Dallas. MBA Intensivo em Marketing. Lisboa: Abril/ Controljornal, 1997.
- NUNES, João Coelho. Marketing em Portugal – Um guia de acção. Lisboa: Texto Editora, 1995.
- PIRES, Aníbal (2002): Marketing. Conceitos, Técnicas e Problemas de Gestão, Lisboa, Ed Verbo (3.ª ed)
- REIS, Ana Carla Fonseca (2003): Marketing Cultural e Financiamento da Cultura. Teoria e Prática, São Paulo, Thomson
- REIS, Elisabeth e Raul Moreira. Pesquisa de Mercados. Lisboa: Sílabo, 1992.
- RIES, Al; RIES, Laura (2002): A Queda da Publicidade e a Ascensão das Relações Públicas, Lisboa, Editorial Notícias, trad Luís Paixão Martins
- ROUSSEAU, José António. Manual de Distribuição. Lisboa: Abril/ Controljornal, 1997.
- SIMÕES, M. Barata. Franchising – franquia, inovação e crescimento. Lisboa: Texto Editora, 1991.
- SOUSA, José Meireles. Distribuição – uma visão estratégica. Lisboa: Texto Editora, 1996.

VERÍSSIMO, Jorge. A Publicidade da Benetton – Um discurso sobre o real. Coimbra: Minerva, 2001.

VIEIRA, José Manuel Carvalho. Inovação e Marketing de Serviços. Lisboa: Verbo, 2000.

VILLAFANE, Justo. Imagem Positiva: Gestão Estratégica da Imagem da Empresa. Lisboa: Sílabo, 2000.

VVAA (1998): Enciclopédia Internacional de Marketing, Porto, Porto Editora

WOLTON, Dominique (1999): Pensar a Comunicação, Lisboa, Difel, trad Vanda Anastácio

WEBSITES

DECO - Proteste

<http://www.deco.proteste.pt/>

AEP - Associação Empresarial Portuguesa

<http://www.aeportugal.pt/>

AIP - Associação Industrial Portuguesa

<http://www.aip.pt/>

APECOM - Associação Portuguesa das Empresas de Conselho em Comunicação e Relações Públicas

<http://www.apecom.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>

Superbrands Portugal

<http://www.superbrands.org/20726>

U.S. Food and Drug Administration

<http://vm.cfsan.fda.gov/>

PETA – People For the Ethical Treatment of Animals

<http://www.peta.org>

Not Milk

<http://www.notmilk.com>

Conscientious Consuming™

<http://www.con-suming.com/>

Institute for Citizenship

<http://www.citizen.org.uk/>

The Complaint Station

<http://www.thecomplaintstation.com/>

APPM – Associação Portuguesa dos Profissionais de Marketing

<http://www.appm.pt/>

AIND – Associação Portuguesa de Imprensa

<http://www.aind.pt/>

ANJE - Associação Nacional de Jovens Empresários

<http://www.anje.pt/>

APAN - Associação Portuguesa de Anunciantes

<http://www.apan.pt/>

APODEMO – Associação Portuguesa de Empresas de Estudos de Mercado e Opinião

<http://www.apodemo.pt/>

OBERCOM - Observatório da Comunicação Social

<http://www.obercom.pt/>

Instituto do Consumidor

<http://www.ic.pt/>

Marktest

<http://www.marktest.pt/>

Portal Exame - Brasil

<http://portalexame.abril.com.br/>

Revista Distribuição Hoje – Online

<http://www.aje.pt/dh/>

Diário Económico

<http://www.diarioeconomico.com/>

Público - Online

<http://www.publico.pt>

Jornal de Notícias - Online

<http://www.jn.sapo.pt>

Diário de Notícias - Online

<http://www.dn.sapo.pt>

Revista Visão - Online

<http://www.visaoonline.pt>

Correio da Manhã

<http://www.correiodamanha.pt/>

London Animal Action

www.londonanimalaction.org.uk

*Wes Buttenant de Gávea
Assnt. Eq. de Tênis
Joaquim Carlos
KAWA ASSIN I.T.*