



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

## ESCOLA SUPERIOR DE GESTÃO DE TOMAR

### *CURSO DE GESTÃO DE COMÉRCIO E SERVIÇOS*

#### *Marketing de Distribuição* 2006-2007

**Regime:** Semestral

**Ano / Semestre:** 3.º / 2.º

**Carga Horária Semanal:** 3 TP

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

---

#### **Programa**

1. Introdução
  - 1.1. A concepção tradicional e concepção moderna da distribuição
  - 1.2. Os circuitos de distribuição
  - 1.3. O aparelho comercial português
2. A política de marketing dos distribuidores
3. A política de distribuição dos produtores e as relações produtores / distribuidores
4. O sistema de comércio retalhista e o seu marketing-mix
  - 4.1. O mercado
  - 4.2. As relações com os fornecedores
  - 4.3. As relações com os clientes
5. Gestão de ponto de venda e inserção na zona comercial.

#### **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, com impacto máximo de cinco valores na nota final.
2. Exame final, caso não tenham tido aproveitamento positivo ou não tenham realizado os trabalhos dentro do prazo determinado.

*WSP*

## **Bibliografia**

Outras fontes bibliográficas serão distribuídas em aula.

BARABBA, Vincent e Gerald Zaltman. Hearing the Voice of the Market.  
Massachussets: 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

*Luís Bettencourt de Cássio*