



MARKETING II

4.º Ano

Ano Lectivo: 2004/2005

Docente: Doutor Jorge Manuel Martins, Prof. Adjunto

Regime: Semestral – 2.º

Carga Horária: 4 H – TP

OBJECTIVOS:

Tendo em conta o perfil profissional dos futuros licenciados em Tecnologia e Artes Gráficas, aprofundar os conceitos e as técnicas de «Marketing I» e desenvolver agora as políticas de comunicação e o marketing de serviços.

CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS:

- Breve retrospectiva da comunicação de marketing no Portugal do século XX
- Sociologia da comunicação, no quadro das tecnologias digitais
- Diálogo organização-públicos: funções da comunicação, em gestão centrada no marketing
- Objectivos e gestão da comunicação, num plano de marketing.
- Meios, públicos e resultados, anunciantes, agências, centrais de compras e associações
- Design e artes gráficas como protagonistas das redes de comunicação
- Webmarketing, publicidade digital e comércio electrónico.
- Marketing de serviços e de organizações não lucrativas, numa sociedade terciarizada
- Marketing internacional: ambiente económico, mercados, globalização

BIBLIOGRAFIA:

BATESON, John; HOFFMAN, K. D. (2001): *Marketing de Serviços*, Porto Alegre, Artmed-Bookman, trad L. Simonini
CASTRO, João Pinto e (2002): *Comunicação de Marketing*, Lisboa, Sílabo
HORTINHA, Joaquim (2001): *E-Marketing. Um Guia para a Nova Economia*, Lisboa, Sílabo
KOTLER, Philip (2000): *Marketing para o Século XXI*, Lisboa, Presença, trad Saul Barata
LINDON, Denis e outros (2004): *Mercator XXI. Teoria e Prática do Marketing*, Lisboa, Dom Quixote (10ª ed.)
PIRES, Aníbal (2002): *Marketing. Conceitos, Técnicas e Problemas de Gestão*, Lisboa, Verbo (3.ª ed.)
REIS, Ana Carla Fonseca (2003): *Marketing Cultural e Financiamento da Cultura. Teoria e Prática*, São Paulo, Thomson
VIEIRA, José Manuel Carvalho (2000): *Inovação e Marketing de Serviços*, Lisboa, Verbo

MÉTODOS DE AVALIAÇÃO:

- **Valendo 50%: Trabalho prático de grupo** (2/3 alunos), com apresentação pessoal ao docente, em três fases («projecto» até 30-03-2005; «relatório de progresso» até 11-05-2005; «relatório final» até 8-06-2005), 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.

(Doutor Jorge Manuel Martins – Prof. Adjunto)