



INSTITUTO POLITÉCNICO DE TOMAR
ESCOLA SUPERIOR DE GESTÃO DE TOMAR

CURSO

Especialização Tecnológica
Aplicações de Informáticas de Gestão
Tomar – 6ª Edição

ANO LECTIVO

2012/2013

FICHA DA UNIDADE CURRICULAR

Unidade Curricular	Marketing
Área de Competência	Economia
Componentes de Formação	Tecnológica

Créditos ECTS	Tempo de Trabalho	
	Total	Contacto
3	71	60

DOCENTE/FORMADOR EXTERNO	CATEGORIA
Coordenador Interno José Gaio Martins Dias	Equip. Assist. 1.º Tr.

OBJECTIVOS DA UNIDADE CURRICULAR

A disciplina oferece os fundamentos teóricos e as competências necessárias para compreender a função desempenhada pelo Marketing no âmbito organizacional e empresarial e o impacto deste nos processos de globalização e de consumo. Assim, a disciplina pretende:

- Discutir e refletir sobre os princípios éticos da atividade empresarial e do consumo, incluindo o papel desempenhado pela responsabilidade social na estratégia de marketing;
- Perceber os agentes e as dinâmicas dos mercados, do ponto de vista do marketing;
- Conhecer e aplicar os principais métodos de estudo do consumidor;
- Elaborar um plano de marketing, sabendo articular as principais variáveis estratégicas.
- Reconhecer os elementos de sucesso de uma estratégia de marketing.

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.

PROGRAMA PREVISTO PARA A UNIDADE CURRICULAR

1. Introdução
Marketing e a sociedade de consumo
A vertente social do marketing
2. Mercado
3. O consumidor
 1. Variáveis psicossociológicas
 2. Teorias explicativas e abordagens de estudo
4. Segmentação
5. Posicionamento. Gestão da Marca
6. Marketing-Mix
7. O plano de marketing. Avaliação estratégica.

BIBLIOGRAFIA

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

KOTLER, Philip. Marketing para o Século XXI. Lisboa: Presença, 1999.

Outras fontes bibliográficas serão distribuídas em aula.

WEBGRAFIA

DECO - Proteste

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

AEP - Associação Empresarial Portuguesa

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

AIP - Associação Industrial Portuguesa

<http://www.aip.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>

CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO

Avaliação Contínua	Trabalho de grupo ou individual (cotação 50%)
Avaliação Periódica	Frequência (cotação 50%)
Avaliação Final	Exame final , caso não tenham tido aproveitamento positivo (mínimo 10 val.) ou não tenham realizado os trabalhos dentro do prazo determinado

OBSERVAÇÕES



João Carlos André

