

**TeSP - Gestão Comercial e Vendas**

Técnico Superior Profissional

Plano: Aviso nº 2367/2016 - 25/02/2016

**Ficha da Unidade Curricular: Merchandising e Promoções**

ECTS: 4; Horas - Totais: 108.0, Contacto e Tipologia, T:15.0; PL:45.0;

Ano|Semestre: 2|S1; Ramo: Tronco comum;

Tipo: Obrigatória; Interação: Presencial; Código: 600220

Área de educação e formação: Marketing e publicidade

**Docente Responsável**

Maria de Fátima Rodrigues Pedro

Professor Adjunto

**Docente e horas de contacto**

Maria de Fátima Rodrigues Pedro

Professor Adjunto, T: 15.0; PL: 45.0;

**Objetivos de Aprendizagem**

Explicar como funcionam os canais de distribuição

Expor as diversas ferramentas de *merchandising* e promoções

Compreender as especificidades de cada canal de distribuição

Organizar o ponto de venda

Relacionar o *layout* do estabelecimento com o público-alvo, sustentado com um plano de promoções

**Conteúdos Programáticos**

1. Introdução
2. Canais de distribuição
3. Ponto de venda
4. Visual merchandising
5. Promoções

**Conteúdos Programáticos (detalhado)**

**Metodologias de avaliação**

Avaliação contínua. Realização de trabalho prático (40%) com apresentação e discussão, (nota mínima de dez valores) e um teste (60%), (nota mínima de nove valores).

Exame normal: Exame (100%).

**Software utilizado em aula**

Não aplicável.

**Estágio**

Não aplicável.

**Bibliografia recomendada**

- Rosseau, J. (2008). *Manual de Distribuição*. Lisboa: Abril/Controljournal
- Dionísio, P. e Levy, J. e Lendrevie, J. e Rodrigues, J. (2105). *Mercator da Língua Portuguesa - Teoria e prática do marketing*. Lisboa: Publicações D. Quixote
- Demetresco, S. (2004). *Vitrinas entre vistas: merchandising visual*. Brasil: Senac
- Morgan, Tony, (2011). *Visual Merchandising. Vitrines e interiores comerciais, 1.ª Edição*, Editora Gustavo Gilli
- *Distribuição Hoje*, Revista especializada em distribuição, AJE.
- *Franchising & New Business*, Revista especializada em *franchising*.

**Coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos**

Explicar como funcionam os canais de distribuição (ponto 2 do programa)

Expor as diversas ferramentas de *merchandising* e promoções (ponto 4 e 5 do programa)

Compreender as especificidades de cada canal de distribuição (ponto 2 do programa)

Organizar o ponto de venda (ponto 3 e 4 do programa)

Relacionar o *layout* do estabelecimento com o público-alvo, sustentado com um plano de promoções (ponto 2, 3, 4 e 5 do programa)

**Metodologias de ensino**

O ensino visa promover a leitura e discussão de estudos de caso, a realização de trabalhos de curta e média duração, assim como a exposição de conceitos e o visionamento de casos.

**Coerência das metodologias de ensino com os objetivos**

A metodologia de ensino tem como objectivo promover a discussão crítica e oferecer ferramentas de trabalho apoiadas num referencial de materiais que permitam a consolidação de competências flexíveis, de acordo com o programa.

**Língua de ensino**

Português

**Pré requisitos**

Não aplicável.

**Programas Opcionais recomendados**

Não aplicável.

**Observações**

- ✧ Durante a realização das provas de avaliação não é permitido o uso de telemóvel.
- ✧ Durante o tempo de prestação das provas de avaliação o aluno não se poderá ausentar da sala.
- ✧ Nas provas de avaliação é obrigatória a apresentação de um documento de identificação (de preferência cartão de estudante).

---

**Docente Responsável**

*Fátima Pedro*

**Diretor de Curso, Comissão de Curso**

*Fátima Pedro*

*Paula Alexandra Almeida*

*Alc. Gomes do Couto*

**Conselho Técnico-Científico**

*Alc. Gomes do Couto*

Homologado pelo C.T.C.  
Acta n.º 98 Data 21/12/16  
*[Signature]*