Escola Superior de Gestão de Tomar **Ano letivo:** 2019/2020

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
Tipo: Obrigatória; Interação: Presencial; Código: 600220
Área de educação e formação: Marketing e publicidade

Docente Responsável
Paula Bela Rosa Luís Lopes
Professor Adjunto Convidado

Docente(s)
Paula Bela Rosa Luís Lopes
Professor Adjunto Convidado

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

Metodologias de avaliação

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

Exame: Teste escrito (100%).

Software utilizado em aula

Não aplicável.

Estágio

Não aplicável.

Bibliografia recomendada

- Rodrigues, J. e Lendrevie, J. e Levy, J. e Dionisio, P. (2015). *Mercator da Lingua Portuguesa - Teoria e pratica do marketing* Lisboa: Publicações D. Quixote
- Demetresco, S. (2004). *Vitrinas entre vistas: merchandising visual* Brasil: Senac
- Rosseau, J. (2008). *Manual de Distribuição* Lisboa: Abril/Controljornal
- Ladeira, W. e Santini, F. (2018). *Merchandising & Promoção de Venda* São Paulo, Brasil: Atlas

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

Docente responsável

Paula Bela Rosa Luís Lopes

Assinado de forma digital por Paula Bela Rosa Luís Lopes
Dados: 2019.10.31 16:35:45 Z