

\* Escola Superior de Gestão de Tomar

Ano letivo: 2022/2023

**TeSP - Gestão Comercial e Vendas**

Técnico Superior Profissional

Plano: Despacho n.º 12803/2021 - 29/12/2021

**Ficha da Unidade Curricular: Princípios de Marketing**

ECTS: 5; Horas - Totais: 135.0, Contacto e Tipologia, T:14.0; TP:42.0; OT:14.0;

Ano | Semestre: 1 | S1

Tipo: Obrigatória; Interação: Presencial; Código: 60027

Área de educação e formação: Marketing e publicidade

**Docente Responsável**

Maria de Fátima Rodrigues Pedro

Professor Adjunto

**Docente(s)**

Maria de Fátima Rodrigues Pedro

Professor Adjunto

**Objetivos de Aprendizagem**

Discutir e reflectir sobre os princípios éticos do consumo

Perceber os agentes e as dinâmicas dos mercados

Conhecer os principais métodos de estudo

Elaborar um plano de marketing

Conhecer as especificidades do marketing e da gestão da marca

**Objetivos de Aprendizagem (detalhado)**

Discutir e reflectir sobre os princípios éticos do consumo

Perceber os agentes e as dinâmicas dos mercados

Conhecer os principais métodos de estudo

Elaborar um plano de marketing

Conhecer as especificidades do marketing e da gestão da marca

Objectivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS)

- 4 Educação de Qualidade e 12 Produção e Consumo Sustentáveis.

## Conteúdos Programáticos

1. Princípios do marketing (história e ética empresarial);
2. Análise de mercado;
3. Segmentação e Posicionamento;
4. Políticas de marketing;
5. O plano de marketing;
6. Gestão da Marca.

## Metodologias de avaliação

### Avaliação contínua:

A avaliação contínua é constituída por duas componentes: um trabalho prático (C1), com apresentação e discussão, obrigatória para todos os elementos do grupo, ponderação de 40%, nota mínima de 10 (dez) valores e um teste escrito (C2), ponderação de 60%, nota mínima de 8 (oito) valores.

A Classificação final é expressa por  $(CF=0,40C1+0,60C2)$ , desde que a nota mínima tenha sido obtida em cada um dos componentes de avaliação. Caso contrário, a classificação final será igual à menor das classificações C1 ou C2.

O aluno deve assegurar uma assiduidade mínima de 60%, sem a qual será automaticamente excluído da avaliação contínua, tendo que se submeter a avaliação por exame. Os alunos são aprovados à unidade curricular se a classificação final dos dois componentes de avaliação, arredondada às unidades, for superior ou igual a 10 (dez) valores.

### Avaliação não contínua:

A avaliação não contínua é constituída por um teste escrito (100%), realizado sem qualquer elemento de consulta.

Os alunos são aprovados à unidade curricular se a classificação final, arredondada às unidades, for superior ou igual a 10 (dez) valores.

## Software utilizado em aula

Não aplicável.

## Estágio

Não aplicável.

## Bibliografia recomendada

- Keller, K. e Georgson, M. (2008). *Strategic Brand and Management - An European Perspective* . -, Prentice Hall. UK
- Kotler, P. (2008). *Principles of Marketing* . ., Prentice Hall. UK
- Vicente Rodrigues, J. e Lévy, J. e Lindon, D. e Dionisio, P. (2015). *Mercator XXI - Teoria e Prática do Marketing* . -, Publicações Dom Quixote. Lisboa
- Kotler, P. e , A. (2008). *Principles of Marketing* . -, Prentice Hall. UK

### **Coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos**

Discutir e reflectir sobre os princípios éticos do consumo (ponto 1 do programa)  
Perceber os agentes e as dinâmicas dos mercados (ponto 2 do programa)  
Conhecer os principais métodos de estudo (ponto 2 do programa)  
Elaborar um plano de marketing (ponto 3 e 4 do programa)  
Conhecer as especificidades do marketing e da gestão da marca (ponto 6 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**

Objetivos de Desenvolvimento Sustentável:

- 4 - Garantir o acesso à educação inclusiva, de qualidade e equitativa, e promover oportunidades de aprendizagem ao longo da vida para todos;
- 12 - Garantir padrões de consumo e de produção sustentáveis;

**Docente responsável**

---