

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

Maria de Fátima Rodrigues Pedro

Professor Adjunto

Docente(s)

Maria de Fátima Rodrigues Pedro

Professor Adjunto

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

Objetivos de Aprendizagem (detalhado)

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

Objectivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS)

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

Conteúdos Programáticos

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

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 oito valores).

Exame normal: Exame (100%).

Software utilizado em aula

Não aplicável.

Estágio

Não aplicável.

Bibliografia recomendada

- Demetresco, S. (2004). *Vitrinas entre vistas: merchandising visual* . , Senac. Brasil
- Rodrigues, J. e Lendrevie, J. e Levy, J. e Dionisio, P. (2105). *Mercator da Lingua Portuguesa - Teoria e pratica do marketing* . 16, Publicações D. Quixote. Lisboa
- Rosseau, J. (2008). *Manual de Distribuição* . 2, Abril/Controljornal. Lisboa

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
