

Curso Profissional de Técnico Comunicação, Marketing, Relações Públicas e Publicidade

1.º Ano

Disciplina: **Marketing**

Ano Letivo **2022/23**

PLANIFICAÇÃO A LONGO PRAZO

Módulo 1 - UFCD – 9832 – Fundamentos do Marketing	
<p>Conteúdos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Marketing - Processos de marketing - Micro e Macro envolvente - Públicos - Marketing no contexto de mercado 	Data de início 16/09/2022
	Data de conclusão 8/11/2022
	Nº Aulas Previstas (50 min) 30
Módulo 2 - UFCD – 5382 – Publicidade e Marketing	
<p>Conteúdos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Introdução aos principais conceitos de marketing - Principais características do produto e seu ciclo de vida - Comunicação em Marketing - Publicidade - Estudos de caso 	Data de início 11/11/2022
	Data de conclusão 13/01/2023
	Nº Aulas Previstas (50 min) 30
Módulo 3 - UFCD – 0425 - Mercado – Comercialização e segmentação	
<p>Conteúdos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Etapas da comercialização - Noção de concorrência - Concorrência e suas implicações - Dinâmica e segmentação de mercados - Ciclo de vida de um mercado 	Data de início 17/01/2023
	Data de conclusão 10/03/2023
	Nº Aulas Previstas (50 min) 30
Módulo 4 - UFCD – 0377 – Comportamento do consumidor	
<p>Conteúdos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Características, comportamentos e atitudes dos consumidores - Variáveis explicativas - Análise do processo de tomada de decisão - Intervenientes no processo de decisão de compra - Riscos ponderados - Critérios de avaliação do serviço - Tipologia de clientes 	Data de início 14/03/2023
	Data de conclusão 13/06/2023
	Nº Aulas Previstas (50 min) 42



DISCIPLINA: Marketing – 10º ANO

Critérios de Avaliação	Avançado	Intermédio	Elementar	Inicial
ANALISAR E COMPREENDER O FENÓMENO DO MARKETING E A SUA FILOSOFIA DE GESTÃO: <ul style="list-style-type: none">- Temporalidade- Espacialidade- Contextualização	<ul style="list-style-type: none">• Reconhece os fundamentos do marketing e o seu contexto histórico• Reconhece os conceitos básicos da atividade publicitária, relacionando-os e integrando-os com as estratégias de marketing• Desenvolve vários suportes e estratégias de planeamento de meios na análise do público-alvo para cumprimento de objetivos específicos na criação publicitária• Reconhece os conhecimentos de análise de mercados com vista a segmentar e comercializar os serviços/produtos da empresa• Reconhece os principais comportamentos e atitudes dos consumidores no processo de decisão de compra.	<ul style="list-style-type: none">• Identifica os fundamentos do marketing e os aspetos relevantes do seu contexto histórico• Identifica os conceitos básicos da atividade publicitária, relacionando-os com as estratégias de marketing• Analisa os suportes e estratégias de planeamento de meios na análise do público-alvo para cumprimento de objetivos específicos na criação publicitária• Identifica os conhecimentos de análise de mercado tendo em vista a segmentação e a comercialização.• Identifica os principais comportamentos e atitudes dos consumidores no processo de decisão de compra	<ul style="list-style-type: none">• Identifica alguns dos fundamentos do marketing e alguns aspetos do contexto histórico• Identifica alguns dos conceitos básicos da atividade publicitária, relacionando-os com as estratégias de marketing• Analisa alguns suportes e estratégias de planeamento de meios na análise do público-alvo para cumprimento de objetivos específicos na criação publicitária• Identifica os conhecimentos de análise de mercado e apresenta dificuldades na sua segmentação.• Identifica alguns dos principais comportamentos e atitudes dos consumidores no processo de decisão de compra	<ul style="list-style-type: none">• Tem dificuldade em identificar os fundamentos do marketing e o seu contexto histórico• Tem dificuldade em Identificar os conceitos básicos da atividade publicitária• Tem dificuldade em analisar os suportes e estratégias de planeamento de meios e na análise do público-alvo.• Tem dificuldade em analisar o mercado e apresenta dificuldades na sua segmentação.• Tem dificuldade em identificar os principais comportamentos e atitudes dos consumidores
TRATAMENTO DE INFORMAÇÃO	<ul style="list-style-type: none">• Recolhe e regista informações sobre o mercado de forma a efetuar uma pesquisa e uma interpretação e uma análise do mesmo	<ul style="list-style-type: none">• Recolhe e regista informações sobre o mercado de forma a efetuar uma pesquisa e uma interpretação• Apura informação apropriada para os assuntos em estudo, de forma	<ul style="list-style-type: none">• Recolhe e regista informações sobre o mercado de forma a efetuar uma pesquisa• Procura informação para os assuntos em estudo, de forma	<ul style="list-style-type: none">• Tem dificuldade em recolhe e regista informações sobre o mercado de forma a efetuar uma pesquisa• Tem dificuldade em pesquisar a informação relevante para

	<ul style="list-style-type: none"> • Pesquisa informação apropriada, relevante e variada para os assuntos em estudo, de forma autónoma, mas planificada, em diversas fontes, nomeadamente com a utilização das novas tecnologias da informação, manifestando sentido crítico na seleção adequada de contributos 	<p>autónoma, mas planificada, em diversas fontes, nomeadamente com a utilização das novas tecnologias da informação, manifestando sentido crítico</p>	<p>autónoma, em diversas fontes, nomeadamente com a utilização das novas tecnologias da informação</p>	<p>os assuntos em estudo, de forma autónoma, em diversas fontes, nomeadamente com a utilização das novas tecnologias da informação</p>
CONSTRUÇÃO DO CONHECIMENTO	<ul style="list-style-type: none"> • Estrutura informação e ideias de um modo eficaz e preciso, usando um estilo completamente adequado à audiência e objetivo • Conclui, de forma efetiva, tarefas práticas e procedimentos incorporados numa estrutura teórica e seleciona as opções apropriadas tendo em consideração fatores contextuais. 	<ul style="list-style-type: none"> • Estrutura informação e ideias de um modo eficaz, usando um estilo adequado à audiência e objetivo • Conclui, de forma efetiva, tarefas práticas e procedimentos incorporados numa estrutura teórica e seleciona as opções apropriadas tendo em consideração fatores contextuais. 	<ul style="list-style-type: none"> • Organiza a informação e as ideias com de um modo eficaz, tendo em conta a audiência e o objetivo • Conclui com êxito a maioria das tarefas e procedimentos sem ajuda. 	<ul style="list-style-type: none"> • Tem dificuldade em organizar a informação adequada à audiência e ao objetivo • Tem dificuldade em concluir tarefas e procedimentos sem ajuda.
COMUNICAÇÃO EM MARKETING	<ul style="list-style-type: none"> • Usa linguagens adequadas, verbais e não-verbais, com rigor e excelência • Executa a discussão detalhada de conceitos, factos, modelos, representações visuais e teorias • Sintetiza informação para apresentar argumentos válidos e bem fundamentados, revelando capacidade de reflexão e espírito crítico 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Usa linguagens adequadas, verbais e não-verbais, de forma correta. ▪ Executa a discussão de conceitos, factos, modelos, representações visuais e teorias ▪ Sintetiza informação para apresentar argumentos válidos, revelando alguma capacidade de reflexão e espírito crítico 	<ul style="list-style-type: none"> • Usa linguagens verbais e não-verbais para se exprimir de forma elementar • Expressa-se sobre os conceitos factos e representações visuais • Sintetiza a informação para apresentar argumentos válidos 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Usa linguagens verbais e não-verbais para se exprimir de forma incorreta. ▪ Tem dificuldade em expressar-se sobre os conceitos, factos e representações visuais ▪ Tem dificuldade em sintetizar a informação para apresentar argumentos

SISTEMA DE CLASSIFICAÇÃO: A classificação final, em cada módulo, resulta da média das classificações de todas as avaliações realizadas.

Professora Ana Callaty Garcia