

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

1.º Ano

Disciplina: **Marketing**

Ano Letivo 2020/21

PLANIFICAÇÃO A LONGO PRAZO

Módulo 1UFCD – 9832Fundamentos do Marketing	
Conteúdos: <ul style="list-style-type: none"> • <i>Marketing</i> • <i>Contexto histórico</i> • <i>Processos de marketing</i> • <i>Micro e macro envolvente</i> • <i>Públicos</i> • <i>Marketing no contexto de mercado</i> 	Data de início 18/09/2020
	Data de conclusão 6/11/2020
	Nº Aulas Previstas(50 min) 30
Módulo2 UFCD – 5382Publicidade e Marketing	
Conteúdos: <ul style="list-style-type: none"> • <i>Introdução aos principais conceitos de marketing</i> • <i>Principais características do produto e seu ciclo de vida</i> • <i>Comunicação em Marketing</i> • <i>Publicidade</i> • <i>Estudos de caso</i> 	Data de início 11/11/2020
	Data de conclusão 13/01/2021
	Nº Aulas Previstas(50 min) 30
Módulo 3.....UFCD – 0425 Mercado – Comercialização e segmentação	
Conteúdos: <ul style="list-style-type: none"> • <i>Etapas da comercialização</i> • <i>Noção de concorrência</i> • <i>Concorrência e suas implicações</i> • <i>Dinâmica e segmentação de mercados</i> • <i>Ciclo de vida de um mercado</i> 	Data de início 15/01/2021
	Data de conclusão 10/03/2021
	Nº Aulas Previstas(50 min) 30
Módulo 4 UFCD – 0377Comportamento do consumidor	
Conteúdos: <ul style="list-style-type: none"> • <i>Caraterísticas, comportamentos e atitudes dos consumidores</i> • <i>Variáveis explicativas</i> • <i>Análise do processo de tomada de decisão</i> • <i>Intervenientes no processo de decisão de compra</i> • <i>Riscos ponderados</i> • <i>Critérios de avaliação do serviço</i> • <i>Tipologia de clientes</i> 	Data de início 12/03/2021
	Data de conclusão 12/05/2021
	Nº Aulas Previstas(50 min) 30

A Professora:

Ana Callaty Garcia

DISCIPLINA – Marketing

Critérios	Avançado	Intermédio	Elementar	Inicial
<ul style="list-style-type: none"> • Reconhece os fundamentos do marketing; • Descreve o contexto histórico do aparecimento do marketing; • 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"> ▪ Aplica a novas situações ou a situações mais exigentes, quase sempre corretamente, os conteúdos ou fundamentos que estão na base do desenvolvimento das competências associadas 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aplica quase sempre corretamente os conteúdos ou fundamentos que estão na base do desenvolvimento das competências associadas 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Utiliza conscientemente os conteúdos ou fundamentos que estão na base do desenvolvimento das competências associadas 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Reconhece alguns dos conteúdos que estão na base do desenvolvimento das competências e não consegue evidenciar a sua utilização e aplicação.
<ul style="list-style-type: none"> • Recolhe e regista informações sobre o mercado de forma a efetuar uma pesquisa e uma análise do mesmo. • Usa um método de pesquisa para recolher e registar informação, apropriada, relevante e variada. 				
<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. 				
<ul style="list-style-type: none"> • 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. 				