

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

3.º Ano

Disciplina: **Marketing**

Ano Letivo **2022/23**

Módulo n.º 7 UFCD N.º 9834 – Gestão operacional de Mkt	
<p><b>Conteúdos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <i>Marketing Operacional</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Ferramentas</li> <li>✓ Merchandising</li> <li>✓ Marketing direto</li> <li>✓ Gestão e avaliação da força de vendas</li> <li>✓ Importância na política de comunicação</li> </ul> </li> <li>➤ <i>Marketing social versus comercial</i></li> </ul>	Data de início
	19/09/2022
	Data de conclusão
	10/11/2022
	Nº Aulas Previstas (50 min)
	30
Módulo n.º 8 UFCD N.º 0384 – Merchandising	
<p><b>Conteúdos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <i>Merchandising – comportamento do consumidor</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <i>Introdução</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>↻ <i>Conceito</i></li> <li>↻ <i>Tipos</i></li> </ul> </li> <li>✓ <i>Consumidor/comprador</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>↻ <i>Necessidades e motivações do consumidor</i></li> <li>↻ <i>Critérios essenciais de seleção de uma loja</i></li> <li>↻ <i>Trajeto e comportamento do cliente no ponto de venda</i></li> <li>↻ <i>Tipo de compra</i></li> </ul> </li> </ul> </li> <li>➤ <i>Otimização do espaço comercial</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <i>Organização do espaço de venda e a interligação com a fase de venda e influência ao consumidor</i></li> <li>✓ <i>Noção de seção e família</i></li> <li>✓ <i>Noção de layout, linear e facing</i></li> <li>✓ <i>Tipos de implementação, vantagens e desvantagens</i></li> <li>✓ <i>Gestão linear e rentabilidade</i></li> <li>✓ <i>Tipo de equipamentos mais usados</i></li> <li>✓ <i>Técnicas de reposição</i></li> <li>✓ <i>Política de sortido</i></li> </ul> </li> </ul>	Data de início
	10/11/2022
	Data de conclusão
	21/03/2023
	Nº Aulas Previstas (50 min)
	60
Módulo n.º 9 UFCD N.º 9214 – Marketing digital	
<p><b>Conteúdos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <i>Internet e os canais de distribuição</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <i>Business to business – B2B</i></li> <li>✓ <i>Business to consumer – B2C</i></li> <li>✓ <i>One to one – O2O</i></li> <li>✓ <i>Business to administration – B2A</i></li> </ul> </li> <li>➤ <i>Portais/sites/motores de busca/centro comerciais virtuais/lojas virtuais</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <i>O papel do website no marketing digital</i></li> <li>✓ <i>Desenvolvimento e manutenção de páginas web</i></li> <li>✓ <i>Arquitetura de informação</i></li> <li>✓ <i>Usabilidade</i></li> </ul> </li> </ul>	Data de início
	23/03/2023
	Data de conclusão
	19/05/2023
	Nº Aulas Previstas (50 min)
	30

<ul style="list-style-type: none"><li>✓ <i>Planeamento de um Web Site</i></li><li>✓ <i>E-commerce</i></li><li>➤ <i>Tecnologias de informação e a relação com o cliente</i><ul style="list-style-type: none"><li>✓ <i>A tecnologia ao serviço do marketing e da comunicação</i></li><li>✓ <i>O novo consumidor digital</i></li><li>✓ <i>Mensagens e formatos de comunicação digital com o cliente</i></li></ul></li><li>➤ <i>E-consumidor</i><ul style="list-style-type: none"><li>✓ <i>Características</i></li><li>✓ <i>Tendências de consumo</i></li><li>✓ <i>Hábitos de consumo nas plataforma digitais</i></li><li>✓ <i>Processos de decisão de compra</i></li><li>✓ <i>Satisfação dos e-consumidores</i></li></ul></li><li>➤ <i>E-marketing</i><ul style="list-style-type: none"><li>✓ <i>Conceito e evolução</i></li><li>✓ <i>Fundamentos do e-marketing</i></li><li>✓ <i>Vantagens da internet para os consumidores</i></li><li>✓ <i>Internet e o desenvolvimento de novas aplicações do marketing</i></li><li>✓ <i>Customer relationship management (CRM)</i></li></ul></li><li>➤ <i>E-commerce</i><ul style="list-style-type: none"><li>✓ <i>Conceito</i></li><li>✓ <i>Motivações para a adesão ao e-commerce</i></li><li>✓ <i>Fatores de sucesso</i></li></ul></li></ul>	
---	--

A Professora:

*Isabel Bailhote Paiva*

Critérios de Avaliação	Avançado	Intermédio	Elementar	Inicial
<p><b>ANALISAR E COMPREENDER O FENÓMENO DO MARKETING E A SUA FILOSOFIA DE GESTÃO:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Temporalidade</b></li> <li>- <b>Espacialidade</b></li> <li>- <b>Contextualização</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Demonstra substancial capacidade de reflexão, sensibilidade e juízo crítico para explicar a importância da internet e suas vantagens como ferramenta do marketing</li> <li>• Desenvolve e domina o conceito de e-marketing e os seus fundamentos</li> <li>• Manifesta elevada autonomia para definir o e-commerce e as suas motivações para a sua implementação e fatores de sucesso</li> <li>• Reconhece e implementa uma estratégia de e-marketing</li> <li>• Manifesta elevada autonomia para definir o marketing internacional e domina a importância de uma política de marketing-mix</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Demonstra capacidade de reflexão, sensibilidade e juízo crítico para explicar a importância da internet e suas vantagens como ferramenta do marketing</li> <li>• Manifesta autonomia e interesse no conceito de e-marketing e nos seus fundamentos</li> <li>• Manifesta autonomia para definir o e-commerce e as suas motivações para a sua implementação e fatores de sucesso</li> <li>• Reconhece uma estratégia de e-marketing</li> <li>• Manifesta autonomia para definir o marketing internacional e reconhece a importância de uma política de marketing-mix</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Evidencia dificuldades para expressar uma reflexão e juízo crítico em relação à importância da internet e suas vantagens como ferramenta do marketing</li> <li>• Evidencia algum interesse no conceito de e-marketing e nos seus fundamentos</li> <li>• Revela algum interesse para definir o e-commerce e as suas motivações para a sua implementação</li> <li>• Evidencia algum interesse em conhecer uma estratégia de e-marketing</li> <li>• Evidencia algum interesse para definir o marketing internacional e tem em conta a importância de uma política de marketing-mix</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Não expressa qualquer reflexão ou juízo crítico em relação à importância da internet e suas vantagens como ferramenta do marketing</li> <li>• Tem dificuldade em interessar-se pelo conceito de e-marketing e pelos seus fundamentos</li> <li>• Tem dificuldades em revelar interesse em definir o e-commerce e as suas motivações para a sua implementação</li> <li>• Não revela interesse em conhecer uma estratégia de e-marketing</li> <li>• Não revela interesse em definir o marketing internacional e reconhece a importância de uma política de marketing-mix</li> </ul>
<p><b>TRATAMENTO DE INFORMAÇÃO</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recolhe e regista informações sobre o mercado de forma a efetuar uma pesquisa, uma interpretação e uma análise do mesmo</li> <li>• Pesquisa informação apropriada, relevante e variada para os assuntos em estudo, de forma autónoma, mas planificada, em diversas fontes, nomeadamente</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recolhe e regista informações sobre o mercado de forma a efetuar uma pesquisa e uma interpretação</li> <li>• Apura informação apropriada para os assuntos em estudo, de forma autónoma, mas planificada, em diversas fontes, nomeadamente com a</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recolhe e regista informações sobre o mercado de forma a efetuar uma pesquisa</li> <li>• Procura informação para os assuntos em estudo, de forma autónoma, em diversas fontes, nomeadamente com a</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tem dificuldade em recolher e registar informações sobre o mercado de forma a efetuar uma pesquisa</li> <li>• Tem dificuldade em pesquisar a informação relevante para os assuntos em estudo, de forma autónoma, em diversas fontes, nomeadamente com a</li> </ul>

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

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