

Caracterização da Unidade Curricular / Characterization of the Curricular Unit

Designação da Unidade Curricular (UC) / Title of Curricular Unit (CU): Marketing

Área científica da UC / CU Scientific Area: Gestão e Administração / Management and Administration

Semestre / Semester: 5º

Número de créditos ECTS / Number of ECTS credits: 6

Carga horária por tipologia de horas / Workload by type of hours: TP: 45; OT: 6; O: 9

Carga letiva semanal / Weekly letive charge: 3h

Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

No final da unidade curricular, os alunos serão capazes de dominar as técnicas e instrumentos essenciais do Marketing, no plano estratégico, tático e operacional.

Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

At the end of the course unit the students will be able to master the essential techniques and instruments of Marketing, at the strategic, tactical and operational levels.

Conteúdos programáticos:

1. A abrangência do marketing
2. A empresa e o seu meio envolvente
3. O comportamento de compra do consumidor
4. O comportamento de compra da empresa
5. Segmentação e diferenciação
6. Produtos e serviços
7. Preço
8. Comunicação de marketing
9. Distribuição
10. Processos
11. Pessoas
12. Evidências físicas
13. Parcerias
14. O plano de marketing

Syllabus:

1. The scope of marketing
 2. The company and its environment
 3. Consumer's buying behaviour
 4. The company's buying behavior
 5. Segmentation and differentiation
 6. Products and services
 7. Pricing
 8. Marketing communication
 9. Distribution
 10. Processes
 11. People
 12. Physical evidence
 13. Partnerships
 14. Marketing plan
-

**Sem Validade
Administrativa**