



Escola Superior de Tecnologia
e Gestão de Viseu
A melhor Escola para os
melhores Alunos



Início | Escola ▼ | Estudar ▼ | Ligação ao Exterior ▼ | Investigação ▼ | Internacional ▼ | Viver ESTGViseu ▼ | | | Pesquisar...

Agenda

« Setembro 2020 »

| | | | | | | |
|----|----|----|----|----|----|----|
| D | S | T | Q | Q | S | S |
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
| 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 |
| 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 |
| 27 | 28 | 29 | 30 | | | |

Portal Académico

Moodle@ESTGV

Avaliação e Qualidade

IPV

Provedor do Estudante

Publicitação Institucional

Publicitação de Atos
Plano de Gestão de Riscos
de Corrupção e Infrações
Conexas

Ficha Da Unidade Curricular

Informações Gerais

| | | | | | | | | |
|-------------------------------------|--|------|----|----|---|---|----|---|
| Ano Letivo | 201920 | | | | | | | |
| Unidade Curricular | Marketing | | | | | | | |
| Código | 159 | | | | | | | |
| Departamento/área responsável | Management Department | | | | | | | |
| Área científica | Ciências Empresariais | | | | | | | |
| ECTS | 5 | | | | | | | |
| Ano curricular | 2 | | | | | | | |
| Semestre curricular | 1º Semestre | | | | | | | |
| Regime de frequência | Obrigatório | | | | | | | |
| Docentes | Joaquim Gonçalves Antunes Augusto Manuel Pais Antunes | | | | | | | |
| Frequência como disciplina isolada? | Não | | | | | | | |
| Horas de contacto | T | TP | PL | TC | S | E | OT | O |
| | - | 58,5 | - | - | - | - | - | - |
| | T - Teórico; TP - Teórico-Prático; PL - Prática e Laboratorial; TC - Trabalho de Campo; S - Seminário; E - Estágio; OT - Orientação Tutoria; O - Outras; | | | | | | | |
| Tempo total de trabalho (horas) | 132,5 | | | | | | | |

▼ Objetivos / Competências

Os principais objectivos da unidade curricular de Marketing assentam na aprendizagem de conhecimentos por parte do aluno de modo a:

- Perceber a evolução do conceito de marketing e identificar as vantagens da adoção do marketing nas organizações;
- Perceber os principais conceitos que compõem esta ciência social, colocando a ênfase na definição precisa do significado de cada termo exposto;
- Perceber o ciclo de planeamento, organização, implementação e controlo em marketing;
- Descrever, classificar e analisar as estratégias e acções que, a partir da análise de mercado e do seu meio envolvente e utilizando os instrumentos do marketing (produto, preço, distribuição e comunicação), as organizações podem levar a cabo a fim de alcançar os objectivos propostos.

► Conteúdos programáticos resumidos

► Metodologias de ensino e critérios de avaliação

► Bibliografia resumida

Oferta Formativa

Licenciaturas
Mestrados
CTeSP
Pós-Graduações
Erasmus Students
Disciplinas Isoladas
Outras Formações

Candidaturas

Departamentos/Área

Serviços Académicos

Serviços Informática

Biblioteca

Redes Sociais
Facebook e Google+

ESTGV no Facebook

ESTGV no

Início | Escola | Estudar | Ligação ao Exterior | Investigação | Internacional | Viver ESTGViseu

Contactos ▼

