



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 2019 »

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	201819								
Unidade Curricular	Marketing Industrial								
Código	396								
Departamento/área responsável	Mechanical Engineering and Industrial Management Department								
Área científica	Gestão Industrial								
ECTS	6								
Ano curricular	2								
Semestre curricular	2º Semestre								
Regime de frequência	Obrigatório								
Docentes	Clarinda Almeida								
Frequência como disciplina isolada?	Sim								
Horas de contacto	T	TP	PL	TC	S	E	OT	O	
	19,5	39	-	-	-	-	-	-	
	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)	159								



## 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

### Objetivos / Competências

- Perceber a evolução do conceito de marketing e identificar as vantagens da adoção do marketing nas organizações.
- Perceber os principais conceitos que compõem atualmente esta ciência social, pondo-se uma ênfase especial 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 ações que, a partir da análise de mercado e do seu meio envolvente e utilizando os instrumentos do marketing - o produto, o preço, a distribuição e a comunicação - as organizações podem desenvolver a fim de alcançar os objetivos propostos.

### Conteúdos programáticos resumidos

### Metodologias de ensino e critérios de avaliação

### Bibliografia resumida

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

Contatos ▼

