

### Caraterização da Unidade Curricular / Characterisation of the Curricular Unit

<b>Designação da Unidade Curricular / Curricular Unit:</b>	[3186071213] Introdução ao Marketing [3186071213] Introduction to Marketing		
<b>Plano / Plan:</b>	Plano 2020-21		
<b>Curso / Course:</b>	Secretariado de Administração		
<b>Grau / Diploma:</b>	Licenciado		
<b>Departamento / Department:</b>	Departamento de Gestão, Administração e Turismo		
<b>Unidade Orgânica / Organic Unit:</b>	Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Lamego		
<b>Área Científica / Scientific Area:</b>	Ciências Económicas e Empresariais		
<b>Ano Curricular / Curricular Year:</b>	1		
<b>Período / Term:</b>	S2		
<b>ECTS:</b>	4		
<b>Horas de Trabalho / Work Hours:</b>	0108:00		
<b>Horas de Contacto/Contact Hours:</b>			
(T) Teóricas/Theoretical:	0000:00	(TC) Trabalho de Campo/Fieldwork:	0000:00
(TP) Teórico-Práticas/Theoretical-Practical:	0030:00	(OT) Orientação Tutorial/Tutorial Orientation:	0000:00
(P) Práticas/Practical:	0000:00	(E) Estágio/Internship:	0000:00
(PL) Práticas Laboratoriais/Practical Labs:	0000:00	(O) Outras/Others:	0000:00
(S) Seminário/Seminar:	0000:00		

### Docente Responsável / Responsible Teaching

[1015] Anabela Oliveira Silva Fragata

### Outros Docentes / Other Teaching

[1015] Anabela Oliveira Silva Fragata | Horas Previstas: 30h

### **Objetivos de Aprendizagem**

- Entender os conceitos e os princípios básicos do Marketing;
- Desenvolver um política para o produto da empresa de acordo com cada fase do ciclo de vida dos produtos;
- Compreender o comportamento do consumidor;
- Conhecer o conceito de mercado e as bases para uma segmentação de mercados;
- Conhecer o contexto concorrencial das empresas;

### **Learning Outcomes of the Curricular Unit**

- To understand the concepts and the basic principles of Marketing;
- To understand the consumer behavior;
- To know the concept of market and the bases for markets segmentation;
- To analyze the competitive context of the companies;

### **Conteudos Programáticos (Lim:1000)**

- 1-Conceito de Marketing
- 2-A Política do Produto
- 3-Comportamento do Consumidor
- 4-O Mercado e a Segmentação de Mercados
- 5- A análise concorrencial da empresas

### **Syllabus (Lim:1000)**

- 1- The Marketing Concept
- 2- Product Strategy
- 3- Consumer behavior
- 4- The market and Market segmentation 5- Competitive analysis

### **Metodologias de Ensino (Avaliação incluída; Lim:1000)**

1-A Avaliação Regular é efetuada com base em dois elementos de avaliação, e presença obrigatória a pelo menos 80% das aulas. A nota final da disciplina resultará da média ponderada das notas obtidas em cada um dos seguintes elementos:

-Teste de Avaliação (90%)

-Fichas e trabalhos(10%)

2-A modalidade de Avaliação Final para esta unidade curricular considera um instrumento de avaliação, um Exame (100%).

3-Os alunos em avaliação na Época de Recurso/Melhoria e Especial, serão admitidos a um Exame (100%) na data definida pela ESTGL. ¿

### **Teaching Methodologies (Including evaluation; Lim:1000)**

1-The Regular Assessment is carried out based on two elements of assessment, and attendance is mandatory to at least 80% of the classes. The final grade of the course will result from the weighted average of the grades obtained in each of the following elements:

- Evaluation Test (90%)

-Files and works (10%)

2-The Final Assessment modality for this curricular unit considers an assessment instrument, an Exam (100%).

3-Students in evaluation in the Season of Recourse / Improvement and Special, will be admitted to an Exam (100%) on the date defined by ESTGL.

### **Bibliografia de Consulta (Lim:1000)**

Baynast, A., Lendrevie, J., Lévy, J., Dionísio, P., & Rodrigues, J., (2018). Mercator 25 anos: O Marketing na Era Digital. Lisboa: Publicações Dom Quixote. (ESTGV: edição de 2011 - 658.8 MER)

Kotler, P. & Armstrong, G., (2014). Principles of marketing, 15th ed., Prentice Hall.

### **Bibliography (Lim:1000)**

Baynast, A., Lendrevie, J., Lévy, J., Dionísio, P., & Rodrigues, J., (2018). Mercator 25 anos: O Marketing na Era Digital. Lisboa: Publicações Dom Quixote. (ESTGV: edição de 2011 - 658.8 MER)

Kotler, P. & Armstrong, G., (2014). Principles of marketing, 15th ed., Prentice Hall.

### **Observações**

«Observações»

**Observations**

«Observations»

**Observações complementares**