



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	Introdução ao Marketing																
Código	71																
Departamento/área responsável	Management Department																
Área científica	Marketing																
ECTS	6																
Ano curricular	1																
Semestre curricular	1º Semestre																
Regime de frequência	Obrigatório																
Docentes	Joaquim Gonçalves Antunes Clarinda Serdeira da Costa Almeida																
Frequência como disciplina isolada?	Não																
Horas de contacto	<table><tr><th>T</th><th>TP</th><th>PL</th><th>TC</th><th>S</th><th>E</th><th>OT</th><th>O</th></tr><tr><td>19,5</td><td>39</td><td>-</td><td>-</td><td>-</td><td>-</td><td>-</td><td>-</td></tr></table> <p>T - Teórico; TP - Teórico-Prático; PL - Prática e Laboratorial; TC - Trabalho de Campo; S - Seminário; E - Estágio; OT - Orientação Tutoria; O - Outras;</p>	T	TP	PL	TC	S	E	OT	O	19,5	39	-	-	-	-	-	-
T	TP	PL	TC	S	E	OT	O										
19,5	39	-	-	-	-	-	-										
Tempo total de trabalho (horas)	159																

▼ Objetivos / Competências

Os principais objetivos da UC de Introdução ao 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 ações 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 objetivos 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

Contatos ▼

