



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	Introdução ao Marketing																
Código	71																
Departamento/área responsável	Management Department																
Área científica	Marketing																
ECTS	5																
Ano curricular	2																
Semestre curricular	1º Semestre																
Regime de frequência	Obrigatório																
Docentes	José Luís Mendes Loureiro Abrantes																
Frequência como disciplina isolada?	Não																
Horas de contacto	<table><thead><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></thead><tbody><tr><td>-</td><td>58,5</td><td>-</td><td>-</td><td>-</td><td>-</td><td>-</td><td>-</td></tr></tbody></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	-	58,5	-	-	-	-	-	-
T	TP	PL	TC	S	E	OT	O										
-	58,5	-	-	-	-	-	-										
Tempo total de trabalho (horas)	132,5																

▼ Objetivos / Competências

Os principais objetivos da disciplina 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 as organizações podem levar a cabo a fim de alcançar os seus objetivos, a partir da análise de mercado e do seu meio envolvente, utilizando os instrumentos do marketing (produto, preço, distribuição e comunicação).

► 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 ▼

