



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

« Março 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	31				

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 2019/20  
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

## 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

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

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

Contactos ▼

