



Escola Superior de Tecnologia
e Gestão de Viseu
A melhor Escola para os
melhores Alunos



Área do Utilizador



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	2019/20							
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 Serdeira da Costa 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

C o n t a c t o s ▼ |

