

Unidade Curricular	Comunicação de Apoio à Venda	Área Científica	Marketing e Publicidade
CTeSP em	Gestão de Vendas e Marketing	Escola	Escola Superior de Comunicação, Administração e Turismo
Ano Letivo	2020/2021	Ano Curricular	2
Nível	0-2	Créditos ECTS	6.0
Tipo	Semestral	Semestre	1
Código	4081-592-2001-00-20		
Horas totais de trabalho	162	Horas de Contacto	T - TP - PL 44 TC - S - E - OT 60 O 102

T - Ensino Teórico; TP - Teórico Prático; PL - Prático e Laboratorial; TC - Trabalho de Campo; S - Seminário; E - Estágio; OT - Orientação Tutoria; O - Outra

Nome(s) do(s) docente(s) Lara Marisa Santos

Resultados da aprendizagem e competências

No fim da unidade curricular o aluno deve ser capaz de:

1. Desenvolver outras competências comunicacionais, nomeadamente, a vertente oral e comportamental;
2. Compreender os conceitos de merchandising, promoção de vendas e marketing direto, as suas especificidades e a sua importância no comportamento do consumidor;
3. Analisar os aspetos essenciais do produto ou serviço e adotar a melhor técnica promocional e de comunicação de preços;
4. Conseguir preparar e desenvolver planos promocionais, de merchandising e de marketing direto;
5. Compreender e aplicar as técnicas de merchandising a diferentes pontos de venda e diferentes tipos de clientes;
6. Estabelecer critérios avaliativos das ações desenvolvidas

Pré-requisitos

Antes da unidade curricular o aluno deve ser capaz de:
Não aplicável

Conteúdo da unidade curricular

1. Promoção de vendas; 2. Gestão e comunicação do preço; 3. Marketing direto; 4. Merchandising

Conteúdo da unidade curricular (versão detalhada)

1. A promoção de vendas:
 - Conceito e lógica das promoções de vendas;
 - Objetivos: primários e secundários;
 - Alvos da promoção de vendas;
 - Principais tipologias das técnicas de promoção de vendas;
 - Digitalização das promoções de vendas e estratégias digitais;
 - Planeamento das ações de promoções e determinação da dinâmica da promoção;
 - Aplicações no ambiente retalhista;
 - Métricas para medição de eficácia e impacto das ações promocionais.
2. Gestão e comunicação do preço:
 - Natureza e efeito intrínseco do preço;
 - Dinâmica de preços vs. guerra de preços;
 - Psicologia do preço;
 - Promoções de vendas associadas a preço.
3. Marketing direto:
 - Potencialidades do marketing direto;
 - Informação como fator de sucesso;
 - Direct mail;
 - Televendas e home shopping;
 - Telemarketing;
 - SMS marketing;
 - Análise e avaliação de resultados.
4. Merchandising
 - Objetivos do merchandising;
 - O merchandising como estímulo para o impulso de compra;
 - Modalidades;
 - Merchandising visual e técnicas de exposição;
 - Gestão do linear e do ponto de venda;
 - Análise e avaliação de resultados.

Bibliografia recomendada

1. Blessa, R. (2006). Merchandising no Ponto de Venda (4a Edição). São Paulo: Editora Atlas.
2. Brito, P. (2010). Promoção de Vendas e Comunicação de Preços. Coimbra: Almedina.
3. Fernandes, A. (2018). Visual Merchandising - Sedução no Retalho (1a Edição). Lisboa: FCA.
4. Lendrevie, J., Baynast, A. de, Dionísio, P., & Rodrigues, J. V. (2008). Publicitor - Comunicação 360o online offline (7a Edição). Lisboa: Publicações D. Quixote.

Métodos de ensino e de aprendizagem

Horas de contacto: exposição e discussão dos conteúdos programáticos e realização de casos e trabalhos práticos, de modo a consolidar os conhecimentos e as competências desenvolvidas. Acompanhamento ao(s) trabalho(s) prático(s).

Alternativas de avaliação

1. Avaliação contínua - (Ordinário, Trabalhador) (Final, Recurso)
 - Projetos - 40% (Projeto individual, indicado pelo docente, com a aplicação prática das competências adquiridas.)
 - Trabalhos Práticos - 20%
 - Exame Final Escrito - 40%
2. Avaliação por exame final - (Ordinário, Trabalhador) (Final, Recurso, Especial)
 - Exame Final Escrito - 100% (Prova escrita com os conteúdos da Unidade Curricular.)
3. Alunos em programas de mobilidade internacional - (Ordinário, Trabalhador) (Final, Recurso, Especial)
 - Exame Final Escrito - 100%

Língua em que é ministrada

Português, com apoio em inglês para alunos estrangeiros

Validação Eletrónica

Lara Marisa Santos	Maria de la Saete Dias Esteves	Catarina Alexandra Alves Fernandes	Luisa Margarida Barata Lopes
30-10-2020	30-10-2020	30-10-2020	30-10-2020