

Unidade Curricular	Pricing	Área Científica	Ciências Empresariais		
Licenciatura em	Marketing	Escola	Escola Superior de Comunicação, Administração e Turismo de Mirandela		
Ano Letivo	2023/2024	Ano Curricular	2	Nível	1-2
Tipo	Semestral	Semestre	1	Créditos ECTS	6.0
Horas totais de trabalho		162		Horas de Contacto	
		T	-	TP	60
		PL	-	TC	-
		S	-	E	-
		OT	-	O	-
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) Rui Alexandre Ramos Pires

Resultados da aprendizagem e competências

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

1. Compreender a importância do preço para o marketing e para a estratégia;
2. Compreender os diferentes métodos de pricing;
3. Desenvolver e implementar uma estratégia de preço eficiente;
4. Compreender como os custos afetam as decisões sobre preços e efetuar análises do ponto crítico das vendas;
5. Compreender o preço como fonte de vantagem competitiva sustentável.

Pré-requisitos

Antes da unidade curricular o aluno deve ser capaz de:
Compreender os fundamentos de marketing.

Conteúdo da unidade curricular

Introdução; Desenvolvimento e implementação da estratégia de pricing; Custos e análise financeira para pricing; Preço como fonte de vantagem competitiva sustentável.

Conteúdo da unidade curricular (versão detalhada)

1. Introdução
 - Pricing, marketing e estratégia
 - Estratégias e objetivos de pricing
 - Pricing: principais obstáculos
 - Pricing: a vertente humana
2. Desenvolvimento e Implementação da Estratégia de Preço
 - Métodos tradicionais de pricing
 - Preço estratégico e criação de valor
 - Estrutura do preço
 - Comunicação do preço e do valor
 - Políticas de pricing
 - Nível de preços
 - Preço e o ciclo de vida do produto
 - Implementação da estratégia de preço
3. Custos e Análise Financeira para Pricing
 - Como podem os custos afetar as decisões sobre preços?
 - Preço: o papel dos custos
 - Custos relevantes, controláveis, incrementais e evitáveis
 - Preço para os resultados
 - Análise do ponto crítico das vendas
 - Análises de sensibilidade
4. Preço como Fonte de Vantagem Competitiva Sustentável
 - Compreensão do jogo de pricing
 - Vantagem competitiva: única fonte sustentável para a rentabilidade
 - Reação à concorrência: pensar antes de agir
 - Gestão da informação dos concorrentes
 - Quando competir com o preço?

Bibliografia recomendada

1. Baker, W. L., Marn, M. V., & Zawada, C. C. (2010). The price advantage (2nd ed.). John Wiley & Sons, Inc. ISBN: 978-0-470-48177-6.
2. Furtwengler, D. (2010). Pricing for profit - How to command higher prices for your products and services. AMACOM. ISBN: 978-0-8144-1517-7.
3. Hill, P. (2013). Pricing for profit: How to develop a powerful pricing strategy for your business. Kogan Page. ISBN: 978-0-7494-6767-8.
4. Meehan, J. M., Simonetto, M. G., Montan Jr., L., & Goodin, C. A. (2017). Gestão de rentabilidade e pricing. Actual Editora. ISBN: 978-989694-241-0.
5. Nagle, T. T., Müller, G., & Gruyaert, E. (2023). The strategy and tactics of pricing: A guide to growing more profitability (7th ed.). Routledge. ISBN: 978-1-032-01682-5.

Métodos de ensino e de aprendizagem

A unidade curricular será lecionada através da exposição dos conteúdos teóricos (método expositivo), seguindo-se a análise e resolução de estudos de caso (método demonstrativo). Para promover um maior envolvimento dos estudantes na aquisição de conhecimentos e competências serão distribuídos, para resolução e análise, casos de estudo diversos. Neste processo serão utilizadas plataformas digitais.

Alternativas de avaliação

1. Avaliação Final - (Ordinário, Trabalhador) (Final, Recurso)
 - Estudo de Casos - 50% (Trabalho de grupo (três ou quatro elementos))
 - Trabalhos Práticos - 25% (Trabalhos práticos individuais)
 - Exame Final Escrito - 25% (Exame final sobre todos os conteúdos da unidade curricular. Nota mínima de 7 valores)
2. Avaliação Final - (Ordinário, Trabalhador) (Recurso, Especial)
 - Exame Final Escrito - 100% (Avaliação final sobre todos os conteúdos da unidade curricular)
3. Estudantes em Mobilidade Internacional - (Ordinário, Trabalhador) (Final, Recurso, Especial)

Alternativas de avaliação

- Exame Final Escrito - 100% (Avaliação final sobre todos os conteúdos da unidade curricular)

Língua em que é ministrada

Português, com apoio em inglês para alunos estrangeiros

Validação Eletrónica

Rui Alexandre Ramos Pires	Luisa Margarida Barata Lopes	Catarina Alexandra Alves Fernandes	Sonia Paula da Silva Nogueira
20-10-2023	20-10-2023	21-10-2023	23-10-2023