

Unidade Curricular	Distribuição e Merchandising	Área Científica	Ciências Empresariais
Licenciatura em	Marketing	Escola	Escola Superior de Comunicação, Administração e Turismo de Mirandela
Ano Letivo	2023/2024	Ano Curricular	3
Tipo	Semestral	Semestre	1
Nível	1-3	Créditos ECTS	6.0
Código	9205-714-3101-00-23		
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) Luisa Margarida Barata Lopes

### Resultados da aprendizagem e competências

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

1. Compreender a importância estratégica e económica da cadeia de distribuição;
2. Entender os diferentes canais de distribuição e utilizar critérios de seleção dos distribuidores;
3. Analisar as relações de poder e de conflito num canal de distribuição;
4. Compreender a influência da frota nos resultados económicos;
5. Entender a importância da localização do distribuidor/ponto de venda;
6. Perceber a importância da conceção, gestão e animação do espaço de venda no desenvolvimento do negócio retalhista;
7. Compreender, distinguir, planear e aplicar as técnicas de merchandising, promoção de vendas e marketing direto, quando aplicadas em diferentes pontos de venda e tipos de clientes;
8. Estabelecer critérios de avaliação das ações desenvolvidas.

### Pré-requisitos

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

### Conteúdo da unidade curricular

Módulo I - Distribuição. Módulo II - Tipos de compra e motivação no ponto de venda; Promoção de vendas; Merchandising; Marketing direto.

### Conteúdo da unidade curricular (versão detalhada)

1. Módulo I
  - Introdução à distribuição;
  - Os canais de distribuição;
  - Os distribuidores: tipos e critérios de seleção;
  - A franquia;
  - As relações de poder e de conflito num canal de distribuição;
  - Distribuição própria ou subcontratada: análise de transportes e rotas;
  - A política de marketing dos distribuidores;
  - Métodos de seleção da localização dos pontos de venda.
2. Módulo II
  - Tipos de compra e motivação no ponto de venda;
  - Promoção de vendas: objetivos, alvos e técnicas; Planeamento das ações e a mecânica da promoção;
  - Merchandising: objetivos e tipos; Merchandising visual e técnicas de exposição;
  - Gestão do linear e do ponto de venda;
  - Marketing direto: objetivos, alvos e técnicas; Planeamento e implementação de campanhas;
  - Medição da eficácia das ações promocionais, de merchandising e de marketing direto.

### Bibliografia recomendada

1. Carvalho, J. C. (2012). Logística e gestão da cadeia de abastecimento. Edições Sílabo. ISBN: 978-972-618-598-7.
2. Dent, J. (2014). Technology distribution channels: Understanding and managing channels to market (3rd Ed. ). Kogan Page. ISBN: 978-0749472177.
3. Fernandes, A. (2018). Visual merchandising - Sedução no retalho. FCA Design. ISBN: 9789727228843.
4. Pratas, J. , & Brito, P. (2019). Distribuição - Gestão de pontos de venda e de retalho. Actual Editora. ISBN: 9789896942731.
5. Rousseau, J. (2020). Manual de distribuição (3ª Ed. ). Principia Editora. ISBN: 9789897162527.

### Métodos de ensino e de aprendizagem

Ensino presencial: cada aula tem componentes teóricos e práticos, empregando-se metodologias ativas, problem-based learning, debate, team-based learning, métodos expositivos mistos e estudos de caso. Ensino não presencial: inclui a resolução de tarefas orientadas, leitura de textos e pesquisa e realização de trabalhos sobre temas do conteúdo programático.

### Alternativas de avaliação

1. Avaliação Contínua - Substitui EAF - (Ordinário, Trabalhador) (Final)
  - Prova Intercalar Escrita - 30% (Avalia o Módulo I na 10ª semana. Nota mínima de 7 valores. Requisito de admissão: assiduidade 80%.)
  - Prova Intercalar Escrita - 20% (Avalia o Módulo II na 15ª semana. Nota mínima de 7 valores. Requisito de admissão: assiduidade 80%.)
  - Trabalhos Práticos - 50% (participação com tarefas (10%), trabalhos (10%) e plano de dinamização de loja (30%) obrigatório.)
2. Avaliação Final - (Ordinário, Trabalhador) (Final, Recurso, Especial)
  - Exame Final Escrito - 70% (Avalia todos os conteúdos. Nota mínima de 7/20 valores.)
  - Trabalhos Práticos - 30% (Inclui a realização e discussão obrigatórias de um plano de dinamização de loja real.)

### Língua em que é ministrada

Português, com apoio em inglês para alunos estrangeiros

## Validação Eletrónica

Luisa Margarida Barata Lopes	Maria de la Salette Dias Esteves	Catarina Alexandra Alves Fernandes	Sonia Paula da Silva Nogueira
23-10-2023	26-10-2023	26-10-2023	05-11-2023