

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