

Unidade Curricular	Seminários de Marketing		Área Científica	Marketing e Publicidade	
Licenciatura em	Marketing		Escola	Escola Superior de Comunicação, Administração e Turismo de Mirandela	
Ano Letivo	2023/2024	Ano Curricular	3	Nível	1-3
Tipo	Semestral	Semestre	2	Código	9205-714-3204-00-23
Horas totais de trabalho	81	Horas de Contacto	T - - TP 30 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) Ana Sofia Montenegro Goncalves Coelho, Luisa Margarida Barata Lopes

Resultados da aprendizagem e competências

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

1. Identificar e compreender os novos paradigmas do marketing;
2. Aplicar as técnicas de marketing a diferentes contextos e setores;
3. Reconhecer, compreender e aplicar as mais recentes tendências do marketing.

Pré-requisitos

Antes da unidade curricular o aluno deve ser capaz de:
Identificar e articular diversos conceitos de marketing.

Conteúdo da unidade curricular

1 - Novos paradigmas; 2 - Novas aplicações; 3 - Novas práticas e tendências atuais

Conteúdo da unidade curricular (versão detalhada)

1. Novos paradigmas:
 - Marketing Relacional
 - Service Dominant Logic
2. Novas aplicações:
 - Marketing Turístico
 - Marketing Territorial
 - Marketing dos Serviços Públicos
 - Marketing Desportivo
 - Marketing das Organizações Sem Fins Lucrativos
3. Novas práticas e tendências atuais:
 - Marketing Sensorial
 - Marketing Tribal
 - Marketing Verde
 - Marketing Infantil
 - Marketing de Guerrilha

Bibliografia recomendada

1. Moutinho, L. , Teixeira, N. , & Zeferino, A. (2022). Marketing Futureland. Lidel- Edições Técnicas, Lda. ISBN (ebook): 978-989-752-744-9.
2. Quivy, R. e Campenhoudt, L. (2008). Manual de investigação em ciências sociais. Gradiva Publicações. ISBN: 9789726622758 3.
3. Reis, F. (2022). Investigação científica e trabalhos académicos - Guia prático (2ª Ed.) . ISBN: 978-989-561-211-6.

Métodos de ensino e de aprendizagem

A unidade curricular pretende fomentar o debate e a reflexão sobre temáticas atuais do Marketing que possam contribuir para a melhor integração do aluno no mercado de trabalho. Consiste num conjunto de sessões, podendo incluir palestras, debates, cursos breves e visitas de estudo, conduzidas por docentes e outros especialistas das áreas abordadas.

Alternativas de avaliação

1. Avaliação Final - (Ordinário, Trabalhador) (Final, Recurso, Especial)
 - Relatório e Guiões - 50% (Relatórios de grupo (40%) de 2 seminários e participação nos seminários (10%).)
 - Projetos - 50% (Projeto individual de investigação. Requisito de admissão: 80% presenças.)
2. Projeto individual (TE, FAA e mobilidade) - (Ordinário, Trabalhador) (Final, Recurso, Especial)
 - Projetos - 100% (Projeto individual de investigação (100%).)

Língua em que é ministrada

Português, com apoio em inglês para alunos estrangeiros

Validação Eletrónica

Ana Sofia Montenegro Goncalves Coelho, Luisa Margarida Barata Lopes	Ricardo Jorge Vieira Correia	Catarina Alexandra Alves Fernandes	Sonia Paula da Silva Nogueira
09-03-2024	14-03-2024	14-03-2024	16-03-2024