

Curso: Técnico em Computação Gráfica	
Disciplina: MARKETING	
MODALIDADE: Subsequente	
Período Letivo: 3º Semestre	
Carga-Horária: 72 h - 4 aulas semanais	
HABILIDADES	
<ul style="list-style-type: none"> • Compreender a estratégia num plano de marketing; • Conceber, implementar e gerir políticas de produto, preço, distribuição e comunicação capazes de contribuir para a prossecução dos objetivos de marketing definidos; • Compreender os problemas de marketing dos clientes; • Interpretar e traduzir os briefings apresentados; • Elaborar uma proposta de prestação de serviços de comunicação que integre as variáveis de comunicação de acordo com a real necessidade do cliente; • Controlar o trabalho desenvolvido pela equipa responsável pelo projeto de comunicação em curso com vista ao cumprimento dos prazos estipulados e dos limites orçamentais razoáveis tendo em conta as características próprias do projeto; • Elaborar um Plano de Propaganda; • Conceituar Marketing Digital. • Noções de Mídia. 	
BASES CIENTIFICO-TECNOLÓGICAS	
Leitura e interpretação de textos.	
PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	RECURSOS DIDÁTICOS
O desenvolvimento da disciplina se dará por meio de aulas expositivas, e dialogadas em classe, discussões de estudos de casos, atividades individuais e em grupo, apresentação de trabalhos pelos alunos.	Utilização de quadro branco, laboratórios, computador, projetor multimídia, aparelho de som.

AVALIAÇÃO

- Avaliações escritas;
- Avaliações práticas;
- Trabalhos individuais e em grupo (listas de exercícios, estudos dirigidos, pesquisas);
- Participação nas discussões;

REFERENCIAS

1. Sant'Anna, Armando, 1929 - Propaganda: Teoria e Prática - São Paulo: Pioneira