

**Planificação Geral**  
2023/2024

Disciplina: **Comunicar no Ponto de Venda**  
Ano: **2º I**

1.º Semestre		2.º Semestre	
N.º de aulas previstas	74	N.º de aulas previstas	46

**Aprendizagens Essenciais/Conteúdos**

1.º Semestre	2.º Semestre
<p><b>UFCD: 0366 – Plano de Marketing</b></p> <p>- Plano de <i>marketing</i>:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Principais necessidades de um plano de <i>marketing</i>.</li> <li>• Operacionalização do plano de <i>marketing</i></li> <li>• Etapas do desenvolvimento do plano operacional de <i>marketing</i></li> </ul>	<p><b>UFCD: 0367 - Marketing: Principais Variáveis</b></p> <p>- A publicidade enquanto forma de comunicação, divulgação e promoção dos produtos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tipos de publicidade e objetivos;</li> <li>• Valores e princípios;</li> <li>• Intervenientes;</li> <li>• A decisão sobre as mensagens e suportes;</li> <li>• Gestão do orçamento;</li> <li>• Avaliação dos resultados;</li> <li>• Principais meios de promoção;</li> <li>• Desenvolvimento de programas de promoção.</li> </ul>

**PONDERAÇÃO POR DOMÍNIOS E CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO**

Domínios de aprendizagem	Ponderação	CrITÉrios de avaliação
Aquisição e compreensão dos conceitos básicos	40%	Compreensão Apropriação Rigor Clareza
Aplicação dos conhecimentos	30%	Raciocínio Reflexão Criatividade
Pesquisa e tratamento da informação	30%	Responsabilidade Participação Cooperação