



FORMAÇÃO A DISTÂNCIA (FAD)

Guia e Roteiro do Curso

UFCD 9834 – Gestão operacional de marketing

Cofinanciado por:





Índice

Ficha técnica do curso	3
Destinatários	3
Pré-requisitos	3
Objetivos gerais	3
Certificação	4
Duração	4
Cronograma e horário das sessões síncronas	4
Tema 0 – Introdução	5
Tema 1 - Ferramentas de marketing operacional	6
Tema 2 - Merchandising	7
Tema 3 – Marketing direto	8
Tema 4 - Gestão e avaliação da força de vendas	9
Tema 5 - Marketing operacional na política de comunicação	10
Tema 6 - Marketing social versus comercial	11
Tema 7 -Avaliação – Encerramento	12
Avaliação	13



Ficha técnica do curso

UFCD 9834 – Gestão operacional de marketing



eCoordenador: (a designar)

eFormador:

José Oliveira

jfpoliveira@iefp.pt

Destinatários

Todos as pessoas empregadas ou desempregadas.

Pré-requisitos

Os candidatos à UFCD devem reunir os seguintes requisitos de acesso:

Idade superior a 16 anos

Habilitações mínimas ao nível do 9ºa ano de escolaridade

Computador funcional equipado com placa de som, microfone, colunas de som, ligação à Internet.

Competências adequadas ao nível da literacia digital.

Objetivos gerais

Dotar os participantes das competências necessárias para aplicar as técnicas de marketing operacional

Objetivos específicos

- Identificar as ferramentas do marketing operacional.
- Explicar a importância do merchandising como instrumento de apoio à venda e na política de comunicação
- Reconhecer, no contexto atual, potencialidades do marketing direto e caracterizá-lo como variável do mix de comunicação
- Distinguir o marketing social do comercial

Cofinanciado por:





Certificação

No final do curso Certificado da UFCD

.

Duração

25h (das quais 8 sessões síncronas)

Início 7 de setembro

Fim 9 de outubro de 2020.

Cronograma e horário das sessões síncronas

Tema	Designação	Duração	Início do tema	Fim do tema	Data da sessão síncrona	Início da sessão síncrona	Fim da sessão síncrona
0	Introdução e diagnóstico	3 h	07/set	08/set	07/set	21:00	23:00
1	Ferramentas de marketing operacional	3 h	09/set	13/set	11/set	21:00	22:00
2	Merchandising	3 h	14/set	18/set	16/set	21:00	22:00
3	Telemarketing	3 h	19/set	23/set	21/set	21:00	22:00
4	Gestão e avaliação da força de vendas	3 h	25/set	28/set	28/set	21:00	22:00
5	Marketing operacional na política de comunicação	4 h	29/set	02/out	01/out	21:00	22:00
6	Marketing social versus comercial	4 h	05/out	08/out	07/out	21:00	22:00
7	Avaliação - Encerramento	2 h	09/out	09/out	09/out	21:00	23:00

Cofinanciado por:



UNIÃO EUROPEIA
Fundo Social Europeu



Tema 0 – Introdução

IDENTIFICAÇÃO DA UNIDADE FORMAÇÃO A DISTÂNCIA 9834 – Gestão operacional de marketing	
NOME	Tema 0 - Introdução
DADOS DA UNIDADE FORMAÇÃO A DISTÂNCIA	
SINOPSE	Este tema tem como finalidade orientar o formando no curso a distância e no uso da plataforma online, bem como introduzir o conteúdo da UFCD e efetuar um diagnóstico de conhecimentos prévios dos formandos.
CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS	Ambientação à plataforma a distância. Marketing operacional: conceitos
OBJETIVOS	Conhecer o funcionamento básico da plataforma a distância Conhecer os objetivos e conteúdos da UFCD Demonstrar os conhecimentos prévios sobre o tema marketing operacional Conhecer o conceito de marketing operacional
COMPETÊNCIAS	Manuseamento de plataforma para Formação a distância Conhecimento básico sobre conceitos relacionados com marketing operacional
RECURSOS	Manual digital da UFCD Documentação de apoio ao curso Recursos abertos e fórum de discussão
AVALIAÇÃO	eAtividade 0.1: Participação no fórum de Avaliação de diagnóstico - 30% eAtividade 0.2: Participação/interação no fórum de Marketing operacional - 70%
BIBLIOGRAFIA PRINCIPAL	UFCD: 9834 Gestão operacional de marketing - Manual do formando



Tema 1 - Ferramentas de marketing operacional

IDENTIFICAÇÃO DA UNIDADE FORMAÇÃO A DISTÂNCIA 9834 – Gestão operacional de marketing	
NOME	Tema 1 - Ferramentas de marketing operacional
DADOS DA UNIDADE FORMAÇÃO A DISTÂNCIA	
SINOPSE	Este tema tem como finalidade identificar e distinguir as diversas ferramentas de marketing operacional.
CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS	Ferramentas do marketing operacional
OBJETIVOS	Identificar as ferramentas do marketing operacional
COMPETÊNCIAS	Distinção entre as diferentes ferramentas de marketing operacional Conhecimento básico sobre algumas das ferramentas de marketing operacional
RECURSOS	Vídeo sobre marketing operacional Blog sobre marketing operacional Manual digital da UFCD Recursos abertos e fórum de discussão
AVALIAÇÃO	eAtividade 1.1: Entrega do questionário e interação no fórum - 40% eAtividade: 1.2: Entrega do trabalho - 60%
BIBLIOGRAFIA PRINCIPAL	UFCD: 9834 Gestão operacional de marketing - Manual do formando



Tema 2 - Merchandising

IDENTIFICAÇÃO DA UNIDADE FORMAÇÃO A DISTÂNCIA	
9834 – Gestão operacional de marketing	
NOME	Tema 2 - Merchandising
DADOS DA UNIDADE FORMAÇÃO A DISTÂNCIA	
SINOPSE	Este tema tem como finalidade explicar a importância do merchandising como instrumento de apoio à venda e aplicar algumas técnicas de merchandising.
CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS	Merchandising como técnica para aumentar as vendas no ponto de venda
OBJETIVOS	Explicar a importância do merchandising como instrumento de apoio à venda Conhecer e aplicar técnicas básicas de merchandising
COMPETÊNCIAS	Conhecimento básico sobre merchandising Aplicação das técnicas básicas de merchandising
RECURSOS	Manual digital da UFCD Diapositivos do tema 2 Vídeo “Supermercado” Recursos abertos e fórum de discussão
AVALIAÇÃO	eAtividade 2.1: Visualização e interação com o vídeo - 40% eAtividade 2.2: Entrega do questionário - 60%
BIBLIOGRAFIA PRINCIPAL	UFCD: 9834 Gestão operacional de marketing - Manual do formando



Tema 3 – Marketing direto

IDENTIFICAÇÃO DA UNIDADE FORMAÇÃO A DISTÂNCIA	
9834 – Gestão operacional de marketing	
NOME	Tema 3 – Marketing direto
DADOS DA UNIDADE FORMAÇÃO A DISTÂNCIA	
SINOPSE	Este tema tem como finalidade conhecer e aplicar as potencialidades do marketing direto no relacionamento com o cliente
CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS	Marketing direto como ferramenta na gestão de relacionamento com os contactos da empresa
OBJETIVOS	Reconhecer as potencialidades do marketing direto e caracterizá-lo como variável do mix de comunicação
COMPETÊNCIAS	Conhecimento sobre marketing direto Aplicação do telemarketing no relacionamento com o cliente
RECURSOS	Manual digital da UFCD Diapositivos do tema 3 Blog: “O que é o telmerketing” Recursos abertos e fórum de discussão
AVALIAÇÃO	eAtividade 3.1: Submissão do Quiz - 40% eAtividade 3.2: Entrega do questionário - 60%
BIBLIOGRAFIA PRINCIPAL	UFCD: 9834 Gestão operacional de marketing - Manual do formando



Tema 4 - Gestão e avaliação da força de vendas

IDENTIFICAÇÃO DA UNIDADE FORMAÇÃO A DISTÂNCIA 9834 – Gestão operacional de marketing	
NOME	Tema 4 - Gestão e avaliação da força de vendas
DADOS DA UNIDADE FORMAÇÃO A DISTÂNCIA	
SINOPSE	Este tema tem como finalidade reconhecer e avaliar a importância da força de vendas na empresa.
CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS	Gestão e avaliação da força de vendas
OBJETIVOS	Reconhecer a importância da força de vendas Avaliar a força de vendas
COMPETÊNCIAS	Reconhecimento da importância da força de vendas na empresa Gestão e avaliação da força de vendas
RECURSOS	Manual digital da UFCD Diapositivos do tema 4 Recursos abertos e fórum de discussão
AVALIAÇÃO	eAtividade 4.1: Participação/interação no fórum - 40% eAtividade 4.2: Entrega do questionário - 60%
BIBLIOGRAFIA PRINCIPAL	UFCD: 9834 Gestão operacional de marketing - Manual do formando



Tema 5 - Marketing operacional na política de comunicação

IDENTIFICAÇÃO DA UNIDADE FORMAÇÃO A DISTÂNCIA	
9834 – Gestão operacional de marketing	
NOME	Tema 5 - Marketing operacional na política de comunicação
DADOS DA UNIDADE FORMAÇÃO A DISTÂNCIA	
SINOPSE	Este tema tem como finalidade elaborar e operacionalizar uma comunicação básica de marketing.
CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS	Importância da política de comunicação no marketing operacional
OBJETIVOS	Conhecer aspetos básicos da comunicação de marketing Conceber uma comunicação básica de marca
COMPETÊNCIAS	Conhecimento dos aspetos básicos da comunicação de marketing Elaboração de uma comunicação básica de marca
RECURSOS	Blog: Formas criativas de comunicar a sua empresa Vídeo: 4Ps marketing – Promoção Vídeo: Converter uma apresentação PPT em vídeo Recursos abertos e fórum de discussão
AVALIAÇÃO	eAtividade 5.1 Entrega do trabalho: 100%
BIBLIOGRAFIA PRINCIPAL	UFCD: 9834 Gestão operacional de marketing - Manual do formando



Tema 6 - Marketing social versus comercial

11

IDENTIFICAÇÃO DA UNIDADE FORMAÇÃO A DISTÂNCIA 9834 – Gestão operacional de marketing	
NOME	Tema 6 - Marketing social versus comercial
DADOS DA UNIDADE FORMAÇÃO A DISTÂNCIA	
SINOPSE	Este tema tem como finalidade distinguir o marketing social do marketing comercial.
CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS	Marketing social versus comercial
OBJETIVOS	Distinguir o marketing social do comercial
COMPETÊNCIAS	Distinção entre marketing social e marketing comercial
RECURSOS	Página de blog: “Marketing social” Recursos abertos e fórum de discussão
AVALIAÇÃO	eAtividade 6.1: Entrega do trabalho de grupo - 100%
BIBLIOGRAFIA PRINCIPAL	UFCD: 9834 Gestão operacional de marketing - Manual do formando



Tema 7 -Avaliação – Encerramento

IDENTIFICAÇÃO DA UNIDADE FORMAÇÃO A DISTÂNCIA 9834 – Gestão operacional de marketing	
NOME	Tema 7 -Avaliação - Encerramento
DADOS DA UNIDADE FORMAÇÃO A DISTÂNCIA	
SINOPSE	Este tema tem como finalidade avaliar a aprendizagem do formando ao longo do curso.
CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS	Marketing operacional
OBJETIVOS	Aplicar os conhecimentos obtidos ao longo do curso de forma autónoma
COMPETÊNCIAS	Aplicação de conhecimentos de marketing operacional
RECURSOS	Fórum de discussão
AVALIAÇÃO	eAtividade 7.1: Teste de avaliação sumativa - 100%
BIBLIOGRAFIA PRINCIPAL	UFCD: 9834 Gestão operacional de marketing - Manual do formando



Avaliação

Todos os módulos são de realização obrigatória e em cada módulo existirão diversas eAtividades a realizar, consoante as temáticas.

A avaliação das aprendizagens dos formandos será realizada através do cumprimento das tarefas e eAtividades propostas, prazo de realização, qualidade da participação, e pela análise dos produtos concebidos no decorrer dos módulos.

É em função da análise destes diferentes elementos que resultará uma classificação final de curso, de acordo com a escala de avaliação quantitativa de 1 a 5 com a seguinte correspondência em termos qualitativos:

- Nível 1 – Insuficiente
- Nível 2 – Satisfatório
- Nível 3 – Bom
- Nível 4 – Relevante
- Nível 5 – Excelente.

Deste modo, em traços gerais, a aprovação do formando no final do curso será determinada pelos seguintes critérios:

- Considera-se que um formando teve aproveitamento no curso quando a sua classificação final for igual ou superior ao nível 2 - Satisfatório, tendo realizado todos os módulos do curso.
- Considera-se que um formando não teve aproveitamento no curso quando a sua classificação final for igual ao nível 1 – Insuficiente, isto é, não tendo realizado todos os módulos e/ou eAtividades do curso.