



CURSO PROFISSIONAL: TÉCNICO COMERCIAL

Ciclo de Formação: 2021/2024

UFCD: Plano de Marketing _ Código 0366

Ano de escolaridade: 10º PC

PLANIFICAÇÃO ANUAL

Documentos Orientadores: *Aprendizagens Essenciais (AE); Perfil do aluno à saída da escolaridade obrigatória (PASEO); Referencial de formação*

TEMAS/ DOMÍNIOS	AE: CONHECIMENTOS, CAPACIDADES E ATITUDES	AÇÕES ESTRATÉGICAS ORIENTADAS PARA O PA	DESCRITORES DO PA	INSTRUMENTOS DE AVA- LIAÇÃO	N.º DE AULAS
1 - Plano de marketing - necessidades e princípios	<p>1.1-Principais necessidades de um plano de <i>marketing</i></p> <p>1.1.1-Avaliar a situação do mercado e do meio</p> <p>1.1.2- Avaliar a competitividade da empresa e seus princípios</p> <p>1.1.3-Planificar os objetivos e meios e adaptação das ações de desenvolvimento e das ações corretivas</p>	<p>Identificar e analisar os pressupostos para a elaboração de um Plano de Marketing.</p>	<p>Conhecedor/sabedor/culto/informado (A, B, C, I)</p>	<ul style="list-style-type: none">- Grelhas de observação direta;- Fichas de avaliação Formativa e Sumativa;- Relatórios/Trabalho de grupo/trabalho individual;- Exposições orais e/ou escritas;- Questões aula;- Construção de um Portefólio.	<p>50 horas = 120 Tempos de 25 minutos</p>
2 - Operacionalização do plano de marketing	<p>2.1 - - Etapas do desenvolvimento do plano operacional de <i>marketing</i></p> <p>2.1.2 - Etapa 1 - análise da situação interna e externa:</p> <ul style="list-style-type: none">- Situação do negócio- Atuação da empresa- Análise da concorrência	<p>Elaborar Planos Operacionais de Marketing, respeitando as etapas de desenvolvimento.</p> <p>Identificar pontos fracos e fortes das suas aprendizagens.</p>	<p>Criativo (A, B, C, D, G, I)</p> <p>Autoavaliador (transversal às áreas)</p>	<ul style="list-style-type: none">- Avaliação do Portefólio.- Auto e Heteroavaliação.	



UNIÃO EUROPEIA
Fundo Social Europeu



SELO DE
CONFORMIDADE
EQAVET



REPÚBLICA
PORTUGUESA

EDUCAÇÃO

Ano Letivo 2021/2022

CURSO PROFISSIONAL: TÉCNICO COMERCIAL

Ciclo de Formação: 2021/2024

UFCD: Plano de Marketing_ Código 0366

Ano de escolaridade: 10º PC

TEMAS/ DOMÍNIOS	AE: CONHECIMENTOS, CAPACIDADES E ATITUDES	AÇÕES ESTRATÉGICAS ORIENTADAS PARA O PA	DESCRIPTORIOS DO PA	INSTRUMENTOS DE AVA- LIAÇÃO	N.º DE AULAS
	- Análise SWOT 2.2 - Etapa 2 - definição dos objetivos do plano 2.3 - Etapa 3 - definição da estratégia de <i>marketing mix</i> 2.4 - Etapa 4 - afetação de recursos para a operacionalização do plano 2.5 - Etapa 5 - estabelecimento do plano de ação 2.6 - Etapa 6 - concretização do plano de ação 2.7 - - Etapa 7 - controlo das ações desencadeadas				