

## CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO

### ENSINO PROFISSIONAL

(Em vigor desde set<sup>º</sup>22)

#### DISCIPLINA: MARKETING

UFCD	DESIGNAÇÃO	TEMAS	DOMÍNIOS	PONDERAÇÕES
9832	Fundamentos do marketing	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fundamentos do marketing.</li> <li>- Filosofia de gestão.</li> <li>- Contexto histórico.</li> <li>- Funções do marketing e do gestor de marketing.</li> <li>- Marketing estratégico e operacional.</li> <li>- Marketing no contexto de mercado.</li> </ul>	D1 - Conhecimentos	40%
			D2 - Capacidades	40%
			D3 - Atitudes/Valores Parâmetro A: COMPORTAMENTO/CUMPRIMENTO DE REGRAS - 10%  Parâmetro B: INTERESSE E EMPENHO - 10%	20%

UFCD	DESIGNAÇÃO	TEMAS	DOMÍNIOS	PONDERAÇÕES
0377	Comportamento do consumidor	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Características, comportamentos e atitudes dos consumidores.</li> <li>- Variáveis explicativas.</li> <li>- Análise do processo de tomada de decisão.</li> <li>- Intervenientes no processo de decisão de compra.</li> <li>- Riscos ponderados.</li> <li>- Critérios de avaliação do serviço.</li> <li>- Tipologia de clientes.</li> </ul>	<b>D1 - Conhecimentos</b>	40%
			<b>D2 - Capacidades</b>	40%
			<b>D3 - Atitudes/Valores</b> Parâmetro A: COMPORTAMENTO/CUMPRIMENTO DE REGRAS - 10% Parâmetro B: INTERESSE E EMPENHO - 10%	20%

UFCD	DESIGNAÇÃO	TEMAS	DOMÍNIOS	PONDERAÇÕES
0425	Mercado - comercialização e segmentação	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Etapas da comercialização.</li> <li>- Noção de concorrência.</li> <li>- Concorrência e suas implicações.</li> <li>- Dinâmica e segmentação de mercados.</li> <li>- Ciclo de vida de um mercado.</li> </ul>	<b>D1 - Conhecimentos</b>	40%
			<b>D2 - Capacidades</b>	40%
			<b>D3 - Atitudes/Valores</b> Parâmetro A: COMPORTAMENTO/CUMPRIMENTO DE REGRAS - 10% Parâmetro B: INTERESSE E EMPENHO - 10%	20%

UFCD	DESIGNAÇÃO	TEMAS	DOMÍNIOS	PONDERAÇÕES
9833	Marketing - mix no produto e no serviço	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Introdução ao marketing estratégico.</li> <li>- Definição de marketing-mix.</li> <li>- A venda como elemento do marketing-mix.</li> <li>- Política dos 4 P's.</li> <li>- Introdução à política dos 7 P's.</li> <li>- Introdução à política dos 8 P's.</li> <li>- Ciclo de vida do produto.</li> <li>- Comportamento do consumidor; fatores de influência, processo de decisão.</li> </ul>	<b>D1 - Conhecimentos</b>	40%
			<b>D2 - Capacidades</b>	40%
			<b>D3 - Atitudes/Valores</b> Parâmetro A: COMPORTAMENTO/CUMPRIMENTO DE REGRAS - 10% Parâmetro B: INTERESSE E EMPENHO - 10%	20%

UFCD	DESIGNAÇÃO	TEMAS	DOMÍNIOS	PONDERAÇÕES
9827	Orçamentação e fontes de financiamento	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Enquadramento legal.</li> <li>- Logística.</li> <li>- Mapa de despesas de produção.</li> <li>- Mecenato, apoios e patrocínios.</li> <li>- Créditos.</li> <li>- Trailers/clips e teasers.</li> <li>- Orçamentação.</li> <li>- Adjudicação.</li> </ul>	D1 - Conhecimentos	40%
			D2 - Capacidades	40%
			D3 - Atitudes/Valores Parâmetro A: COMPORTAMENTO/CUMPRIMENTO DE REGRAS - 10% Parâmetro B: INTERESSE E EMPENHO - 10%	20%

UFCD	DESIGNAÇÃO	TEMAS	DOMÍNIOS	PONDERAÇÕES
9834	Gestão operacional de marketing	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Marketing operacional.</li> <li>- Ferramentas.</li> <li>- Merchandising.</li> <li>- Marketing direto.</li> <li>- Gestão e avaliação da força de vendas.</li> <li>- Importância na política de comunicação.</li> </ul>	<b>D1 - Conhecimentos</b>	40%
			<b>D2 - Capacidades</b>	40%
			<b>D3 - Atitudes/Valores</b> Parâmetro A: COMPORTAMENTO/CUMPRIMENTO DE REGRAS - 10% Parâmetro B: INTERESSE E EMPENHO - 10%	20%

UFCD	DESIGNAÇÃO	TEMAS	DOMÍNIOS	PONDERAÇÕES
9214	Marketing Digital	<p>-Internet e os canais de distribuição</p> <p>-Portais/ sites/motores de busca/ centro comerciais virtuais/ lojas virtuais</p> <p>-Tecnologias de informação e a relação com o cliente</p>	D1 - Conhecimentos	40%
			D2 - Capacidades	40%
			<p>D3 - Atitudes/Valores</p> <p>Parâmetro A: COMPORTAMENTO/CUMPRIMENTO DE REGRAS - 10%</p> <p>Parâmetro B: INTERESSE E EMPENHO - 10%</p>	20%

UFCD	DESIGNAÇÃO	TEMAS	DOMÍNIOS	PONDERAÇÕES
9842	Marketing Internacional	<p>-Conceito de marketing internacional</p> <p>-As tomadas de decisão para a implementação no estrangeiro</p> <p>-O dilema: localização vs globalização</p> <p>-Estruturas e métodos de organização do marketing internacional</p>	D1 - Conhecimentos	40%
			D2 - Capacidades	40%
			<p>D3 - Atitudes/Valores</p> <p>Parâmetro A: COMPORTAMENTO/CUMPRIMENTO DE REGRAS - 10%</p> <p>Parâmetro B: INTERESSE E EMPENHO - 10%</p>	20%



UFCD	DESIGNAÇÃO	TEMAS	DOMÍNIOS	PONDERAÇÕES
0366	Plano de marketing	- Plano de marketing.	<b>D1 - Conhecimentos</b>	40%
		- Principais necessidades de um plano de marketing.	<b>D2 - Capacidades</b>	40%
		- Operacionalização do plano de marketing.		<b>D3 - Atitudes/Valores</b> Parâmetro A: COMPORTAMENTO/CUMPRIMENTO DE REGRAS - 10% Parâmetro B: INTERESSE E EMPENHO - 10%

<b>D1 - CONHECIMENTOS (40%)</b>	
<b>Muito Bom</b> (≥ 17,5 valores)	O aluno identifica, explica e relaciona muito bem os conceitos relacionados com a matéria lecionada.
<b>Bom</b> (13,5 a 17,4 valores)	O aluno identifica, explica e relaciona bem os conceitos relacionados com a matéria lecionada.
<b>Satisfaz</b> (9,5 - 13,4 valores)	O aluno identifica, explica e relaciona suficientemente os conceitos relacionados a matéria lecionada.
<b>Não Satisfaz</b> (<9,5 valores)	O aluno não identifica os conceitos relacionados com a matéria lecionada.

<b>D2 - CAPACIDADES (40%)</b>	
<b>Muito Bom</b> (≥ 17,5 valores)	O aluno utiliza e domina muito bem, instrumentos diversificados para pesquisar, descrever, avaliar, validar e mobilizar informação, de forma crítica, autónoma e criativa, verificando diferentes fontes documentais e a sua credibilidade.
<b>Bom</b> (13,5 a 17,4 valores)	O aluno utiliza e domina bem, instrumentos diversificados para pesquisar, descrever, avaliar, validar e mobilizar informação, de forma crítica, autónoma e criativa, verificando diferentes fontes documentais e a sua credibilidade.
<b>Satisfaz</b> (9,5 - 13,4 valores)	O aluno utiliza e domina suficientemente, instrumentos diversificados para pesquisar, descrever, avaliar, validar e mobilizar informação, de forma crítica, autónoma e criativa, verificando diferentes fontes documentais e a sua credibilidade.
<b>Não Satisfaz</b> (<9,5 valores)	O aluno não utiliza nem domina instrumentos diversificados para pesquisar, descrever, avaliar, validar e mobilizar informação, de forma crítica, autónoma e criativa, verificando diferentes fontes documentais e a sua credibilidade.

<b>D3 - ATITUDES/VALORES</b>	
<b>Parâmetro A: COMPORTAMENTO/CUMPRIMENTO DE REGRAS (10%)</b>	
<b>Muito Bom</b> (≥ 17,5 valores)	O aluno realiza sempre as tarefas tirando o máximo partido das suas capacidades, toma a iniciativa, é persistente e está sempre disponível para cooperar em qualquer situação.
<b>Bom</b> (13,5 a 17,4 valores)	O aluno realiza quase sempre as tarefas tirando partido das suas capacidades, toma a iniciativa, e está disponível para cooperar em qualquer situação.
<b>Satisfaz</b> (9,5 - 13,4 valores)	O aluno realiza às vezes as tarefas sem tirar o máximo partido das suas capacidades. Trabalha apenas o essencial. Faz algumas tentativas para superar as dificuldades e coopera com os seus pares.
<b>Não Satisfaz</b> (<9,5 valores)	O aluno raramente realiza as tarefas e quase sempre só com a intervenção do professor. Não tenta superar as dificuldades.
<b>D3 - ATITUDES/VALORES</b>	
<b>Parâmetro B: INTERESSE E EMPENHO (10%)</b>	
<b>Muito Bom</b> (≥ 17,5 valores)	O aluno não tem qualquer registo de falta de respeito pelas normas estabelecidas (de conduta, equipamento e regulamento). É sempre pontual.
<b>Bom</b> (13,5 a 17,4 valores)	O aluno não tem qualquer registo de falta de respeito pelas normas estabelecidas (de conduta, equipamento e regulamento). Atrasa-se raramente.
<b>Satisfaz</b> (9,5 - 13,4 valores)	O aluno respeita as normas estabelecidas (de conduta, equipamento e regulamento). Atrasa-se com alguma frequência.
<b>Não Satisfaz</b> (<9,5 valores)	O aluno desrespeita as normas estabelecidas (de conduta, equipamento e regulamento). Atrasa-se frequentemente.

### OPERACIONALIZAÇÃO DE CRITÉRIOS (cálculo de classificação em cada domínio)

- Os instrumentos de avaliação destinam-se a medir o nível de consecução das aprendizagens.
- A classificação obtida por instrumento de avaliação é expressa na escala de 0 a 20 valores.
- A classificação obtida em cada um dos domínios é calculada considerando apenas os testes e/ou trabalhos (T) e as outras tarefas (O) realizadas no período em avaliação.
- A classificação a propor no final de cada módulo/UFCD é um número inteiro.
- Aos instrumentos utilizados na avaliação são atribuídos pesos, para efeitos de cálculo de uma média ponderada, de acordo com a seguinte tabela:

D1. CONHECIMENTOS	D2. CAPACIDADES	D3. ATITUDES/VALORES
$D1 = \frac{2 \times D1_T + 1 \times D1_O}{3}$	$D2 = \frac{2 \times D2_T + 1 \times D2_O}{3}$	D3 = Soma das pontuações neste domínio.
<b>D1<sub>T</sub></b> - Média das classificações obtidas neste domínio em todos os testes e/ou trabalhos realizados na UFCD.	<b>D2<sub>T</sub></b> - Média das classificações obtidas neste domínio em todos os testes e/ou trabalhos realizados no módulo na UFCD.	
<b>D1<sub>O</sub></b> - Média das classificações obtidas neste domínio em todas as outras tarefas realizadas na UFCD.	<b>D2<sub>O</sub></b> - Média das classificações obtidas neste domínio em todas as outras tarefas realizadas na UFCD.	

### CÁLCULO DA CLASSIFICAÇÃO OBTIDA POR MÓDULO/UFCD:

$$\text{Nota Final UFCD} = (40\% \times D1) + (40\% \times D2) + (20\% \times D3)$$