



UNIVERSIDADE DA BEIRA INTERIOR

PROVA ESPECIALMENTE ADEQUADA A AVALIAR A CAPACIDADE PARA FREQUÊNCIA DO ENSINO  
SUPERIOR DOS MAIORES DE 23 ANOS

Parte - Natureza Vocacional - Matérias Vocacionais

Matéria Específica (Disciplina): **Marketing**

Conteúdos programáticos:

Capítulo I - Introdução ao marketing

Capítulo II - A construção de relacionamentos com o cliente

Capítulo III - O ambiente de marketing

Capítulo IV - O sistema de informação de marketing

Capítulo V - O mercado consumidor e o mercado industrial

Capítulo VI - A segmentação de mercado, a determinação do alvo e o posicionamento

Capítulo VII - Os 4 P's do marketing mix

Capítulo VIII - A responsabilidade social e a ética no marketing

Bibliografia:

Kerin, R.; Hartley, S.; Berkowitz, E.; Rudelius, W. (2007), *Marketing*, 8ª ed., McGraw-Hill.

Kotler, P.; Armstrong, G. (2008), *Princípios de Marketing*, 12ª ed., Prentice Hall.

Kotler, P.; Armstrong, G.; Wong, V.; Saunders, J. A. (2012), *Principles of Marketing*, 14<sup>th</sup>, Prentice Hall.

Lindon, D.; Lendrevie, J.; Lévy, J.; Dionísio, P.; Rodrigues, V. (2004), *Mercator - Teoria e Prática do Marketing*, 10ª ed., Publicações Dom Quixote.

Estrutura da prova:

Questões de desenvolvimento versando alguns dos tópicos dos conteúdos programáticos.

Critérios de correção:

- Correta interpretação
- Clareza de linguagem
- Capacidade de relacionar conceitos.