

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 - Comportamento do consumidor

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, 14th, 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:

- Grupo de escolha múltipla
- Grupo de exercícios de resposta fechada (ex: fazer correspondências; preencher espaços, etc.)
- Grupo de questões de desenvolvimento versando alguns dos tópicos dos conteúdos programáticos.

Critérios de correção:

Capacidade de síntese

Correta interpretação

Clareza de linguagem

Capacidade de relacionar conceitos