

	GUIA DE FUNCIONAMENTO DA UNIDADE CURRICULAR	MODELO PED.008.02
---	--	--------------------------

<i>Curso</i>	Mestrado em Marketing e Comunicação			<i>Ano letivo</i>	2021/2022		
<i>Unidade Curricular</i>	Pricing			<i>ECTS</i>	5		
<i>Regime</i>	Opcional						
<i>Ano</i>	1º	<i>Semestre</i>	2º	<i>Horas de trabalho globais</i>			
<i>Docente (s)</i>	A definir			<i>Total</i>	140	<i>Contacto</i>	45
<i>Coordenador</i>	PhD Amândio Baía						

GFUC previsto

1. OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

- Compreender a importância e consequências da definição do preço na Gestão de Marketing;
- Analisar as determinantes do consumo relativamente ao preço e às decisões da comercialização na Gestão da Empresa;
- Dotar os alunos de competências para o domínio de ferramentas para fundamentar as Decisões de preço numa empresa.

2. CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS

1. Preço de Venda
 - 1.1. Enquadramento no Mix de Marketing
 - 1.2. Análise de Preço
 - 1.2.1. Curva da procura
 - 1.2.2. Cálculo do custo
 - 1.2.3. Compreensão dos fatores da envolvente
 - 1.2.4. Ciclo de vida do produto
 - 1.2.5. Elasticidade de preço da procura
 - 1.3. Definição de Objetivos de Preço
 - 1.4. Definição de Preço
 - 1.5. Estratégias de Preço
 - 1.6. Métodos de Preço
 - 1.7. Descontos de Preço
2. Preço de Compra
 - 2.1. Enquadramento do Preço na Gestão
 - 2.1.1. Objectivos da Empresa
 - 2.1.2. Estratégia da Empresa
 - 2.1.3. Análise de Custos
 - 2.3. Estratégias de Compra
 - 2.4. Objectivos de Compra
 - 2.5. Definição do Preço de Compra

3. DEMONSTRAÇÃO DA COERÊNCIA DOS CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS COM OS OBJETIVOS DA UC

Os conteúdos programáticos estão em coerência com os objetivos da unidade curricular dado que todos os tópicos incluídos no programa foram propositadamente selecionados para proporcionarem uma visão fundamental da área de estudo em apreço.

4. BIBLIOGRAFIA

- Baker, Ronald J. (2006). *Pricing on Purpose: Creating and Capturing Value*. John Wiley & Sons, Inc., EUA.
- González, Emílio de Velasco (2021). *Pricing 4.0*. ESIC EDITORIAL, Madrid.
- Hanna, Nessim and Dodge, H. Robert (2017). *Pricing: Policies and Procedures*. MacMillan Press, London.
- Hart, Rupert (2008). *Recession Storming: Thriving in Downturns Through Superior Marketing, Pricing and Product Strategies*. Recession Storming Media, EUA.
- Hinterhuber, Andreas and Liozu, Stephan M. (2018). *Innovation in Pricing: Contemporary Theories and Best Practices*. 2nd ed, Routledge, N.Y.
- Mohammed, Rafi (2017). *The Art of Pricing (New Edition): How to Find the Hidden Profits to Grow Your Business*. Charles River Business.
- Nagle, Thomas T. and Müller, Georg (2017). *The Strategy and Tactics of Pricing: A Guide to Growing More Profitably*. Routledge, NY.
- Nagle, Thomas T.; Hogan, John and Zale, Joseph (2016). *The Strategy and Tactics of Pricing: New International Edition*. Pearson Education, Inc., EUA.
- Smith, T. James (2017). *Pricing Strategy: Setting Price Levels, Managing Price Discounts, & Establishing Price Structures*. Cengage Learning.
- Sodhi, ManMohan S. and Sodhi, Navdeep S. (2008). *Six Sigma Pricing: Improving Pricing Operations to Increase Profits*. FT Press Pub., EUA.

5. METODOLOGIAS DE ENSINO (REGRAS DE AVALIAÇÃO)

Metodologias de Ensino:

- Método expositivo teórico-prático com utilização de meios audiovisuais;
- Estudos de caso;
- Realização de trabalho de campo;
- Utilização de tecnologias de informação para aprendizagem;
- Disponibilização de conteúdos e-learning.

Regras de Avaliação:

Avaliação contínua: Avaliação através de trabalhos de grupo com apresentação e defesa (20% apresentação e discussão; 50% trabalho escrito) + teste escrito 30%.

Os alunos que não obtiverem aprovação por frequência, serão admitidos a um exame final.

6. DEMONSTRAÇÃO DA COERÊNCIA DAS METODOLOGIAS DE ENSINO COM OS OBJETIVOS DA UNIDADE CURRICULAR

Para se atingirem os objetivos propostos, a metodologia na unidade curricular assenta em princípios de formação teórico-prática e tutorial.

- Os métodos e técnicas pedagógicas a aplicar durante as sessões serão:
Método afirmativo com interligação entre a técnica expositiva e demonstrativa;
- Método de estudo de casos para desenvolver a capacidade crítica do aluno.
- Método de orientação tutorial que permitirá uma consolidação de conhecimentos e competências dos alunos.

7. REGIME DE ASSIDUIDADE

A definir

A COORDENAÇÃO DA ÁREA DISCIPLINAR

Prof. Doutor Amândio Baía

O DOCENTE

A definir