

CURSO PROFISSIONAL TÉCNICO DE MARKETING

PLANIFICAÇÃO ANUAL DE MARKETING – 2025-2026

10.º ANO

Professor: Óscar Bettencourt Lopes

1 – Estrutura e Finalidades da Disciplina

A disciplina de Marketing insere-se na componente de formação técnica do curso. É lecionada nos anos de formação (10.º, 11.º e 12.º anos). No 10.º ano são lecionadas 150 horas, correspondendo a 200 tempos letivos, e a sua carga horária semanal é distribuída por 6 tempos de 45 minutos.

A disciplina de Marketing organiza-se em treze UFCD's independentes ao longo dos três anos do ciclo de formação, sendo cinco lecionadas no 10.º ano: UFCD 0423 Gestão e marketing - princípios básicos (34 tempos letivos); UFCD 0424 Mercado - estudo e análise (67 tempos letivos); UFCD 0425 Mercado - comercialização e segmentação (34 tempos letivos); UFCD 0426 Mercado - características e benefícios (34 tempos letivos); UFCD 0427 Marketing - centralidade no cliente (34 tempos letivos).

Os objetivos gerais da disciplina incluem, entre outros, a preparação do aluno para desenvolver e executar estratégias de marketing, analisar o mercado e o comportamento do consumidor, gerir o marketing-mix, elaborar e implementar campanhas em meios físicos, gerir a promoção de marcas e produtos e utilizar ferramentas e técnicas para aumentar a notoriedade e as vendas.

2- Planificação

Esta planificação foi elaborada com base nos documentos indicados, na legislação de suporte em vigor, como referenciais curriculares, esses documentos são:

- O Perfil dos Alunos à Saída da Escolaridade Obrigatória;
- A Estratégia Nacional de Educação para a Cidadania;
- Os perfis profissionais/referenciais de competência.

O referencial de formação poderá ser consultado na formação Técnica do Curso Profissional Técnico de Restaurante/Bar, do item programas no sítio da Agência Nacional para a Qualificação - www.angep.gov.pt.

A planificação seguinte foi aprovada pelo Grupo de Recrutamento 430 - Economia e Contabilidade em **24 de setembro de 2025**.

2 – Planificação

Esta planificação foi elaborada com base nos documentos indicados, na legislação de suporte em vigor. Como referenciais curriculares, esses documentos são:

- O Perfil dos Alunos à Saída da Escolaridade Obrigatória;
- As Aprendizagens Essenciais;
- A Estratégia Nacional de Educação para a Cidadania;
- Os perfis profissionais/referenciais de competência.

O referencial de formação poderá ser consultado na formação Sociocultural dos Cursos Profissionais, no item programas no sítio da Agência Nacional para a Qualificação e Ensino Profissional - www.angep.gov.pt

Períodos Tempos = Horas	Domínios de Aprendizagem	(Horas) N.º de Tempos 152,25 H (203 T)
1.º Período	UFCD 0423 Gestão e marketing – princípios básicos	(25,5 H) 34 Tempos
De 15/09 a 16/12 de 2025	1. Marketing - uma filosofia de gestão 2. Evolução do marketing 3. Marketing nas empresas 4. Funções do marketing 5. Marketing estratégico e operacional 6. Centralidade no cliente Avaliação formativa	30T
Previstos 74 tempos de 45 minutos = 55,5 horas		

1.º Período (continuação) De 15/09 a 16/12 de 2025 Previstos 74 tempos de 45 minutos = 55,5 horas	Avaliação Sumativa - classificativa da UFCD 0423 Gestão e marketing - princípios básicos - correção e autoavaliação.	4T
	UFCD 0424 Mercado - estudo e análise	(50,25 H) 67 Tempos
	1. Noção de mercado 2. Estudos de mercado 3. Tipologia de estudos de mercado Avaliação formativa.	40T
2.º Período De 05/01 a 27/03 de 2026 Previstos 58 tempos de 45 minutos = 43,5 horas	UFCD 0424 Mercado - estudo e análise (continuação)	(50,25 H) 67 Tempos
	4. Planeamento de um estudo de mercado 5. Execução de um estudo de mercado Avaliação formativa.	20T
	Avaliação Sumativa - classificativa da UFCD 0424 Mercado – estudo e análise - correção e autoavaliação.	7T

2.º Período (continuação) De 05/01 a 27/03 de 2026 Previstos 58 tempos de 45 minutos = 43,5 horas	UFCD 0425 Mercado - comercialização e segmentação	(25,5 H) 34 Tempos
	1. Etapas da comercialização 2. Noção de concorrência 3. Concorrência e suas implicações 4. Dinâmica e segmentação de mercados 5. Ciclo de vida de um mercado Avaliação formativa.	30T
	Avaliação Sumativa - classificativa da UFCD 0424 Mercado – comercialização e segmentação - correção e autoavaliação.	1T
3.º Período De 13/04 a 08/07/2026 Previstos 71 tempos de 45 minutos = 53,25 horas	UFCD 0425 Mercado - comercialização e segmentação (continuação)	(38,25 H) 51Tempos
	Avaliação Sumativa - classificativa da UFCD 0425 Mercado – comercialização e segmentação - correção e autoavaliação.	3T
	UFCD 0426 Mercado - características e benefícios	(25,5 H) 34Tempos
	1. Características e benefícios 2. Mercado real e mercado potencial 3. Variáveis de mercado Avaliação formativa	30T
	Avaliação Sumativa - classificativa da UFCD 0424 Mercado – características e benefícios - correção e autoavaliação.	4T
3.º Período (Continuação) De 13/04 a		

08/07/2025 Previstos 71 tempos de 45 minutos = 53,25 horas	UFCD 0427 Mercado – centralidade no cliente	(25,5 H) 34Tempos 30T
	1. Cliente - um bem precioso 2. Noção de cliente e de consumidor 3. Evolução de vendedor para parceiro negocial 4. Influência do consumidor na caracterização do produto 5. Elementos decisórios da compra 6. Ciclo de vida da família 7. Família e as decisões de compra Avaliação formativa	30T
	Avaliação Sumativa - classificativa da UFCD 0427 Mercado – características e benefícios - correção e autoavaliação.	4T
Total =203T=152,25H		Total = 203T = 152,25H

OBS: Tal como em anos anteriores, poderão ser desenvolvidas atividades, revisão ou consolidação de matérias, sem que isso implique a alteração das cargas horárias previstas.