

ANO LETIVO 2025/2026

GRUPO DE RECRUTAMENTO 430 – ECONOMIA E CONTABILIDADE

REFERENCIAL DE AVALIAÇÃO

Critérios gerais de avaliação do agrupamento:	<ul style="list-style-type: none">• Resolução de problemas;• Comunicação;• Conhecimento;• Criatividade;• Relacionamento Interpessoal;• Desenvolvimento Pessoal e Autonomia;• Pesquisa e Tratamento da Informação.
--	---

Critérios de Avaliação

Anos de escolaridade: 10º/11º/12º ano

Curso Profissional: Técnico de Marketing

Disciplina: Marketing

Elenco Modular	Domínios de Avaliação/Áreas de Competências	Ponderação	Processos de recolha
UFCD 0423 – Gestão e marketing - princípios básicos			(Mínimo 2 por módulo)
UFCD 0424 – Mercado - estudo e análise			Intervenções orais e escritas
UFCD 0425 – Mercado - comercialização e segmentação			Trabalhos de pesquisa
UFCD 0426 – Mercado - características e benefícios			Trabalhos individuais e/ou em grupo
UFCD 0427 – Marketing - centralidade no cliente			Questões em aula
UFCD 0429 Serviços - princípios básicos	Saber científico, técnico e tecnológico	30%	Fichas de trabalho
UFCD 0431 Qualidade e satisfação nos serviços	Pensamento crítico e pensamento criativo	25%	Fichas de avaliação
UFCD 0433 Serviços - posicionamento e diferenciação	Informação e comunicação	30%	Questionários
UFCD 0434 Marketing mix de serviços			Grelhas de observação
UFCD 0377 Comportamento do consumidor			Grelhas de autoavaliação
UFCD 0432 Estratégias de fidelização			Grelhas de hétero avaliação
UFCD 0365 Marketing mix	Relacionamento interpessoal, desenvolvimento pessoal e autonomia	15%	Participação em Projetos
UFCD 0366 Plano de marketing			Elaboração de Projetos
			Simulações práticas

Perfis de Desempenho

GRAUS DE CONSECUÇÃO				
MUITO BOM	BOM	SUFICIENTE	INSUFICIENTE	
[18-20]	[14-17]	[10-13]	[8-9]	[0 - 7]
Sempre ou quase sempre desenvolve as competências previstas, revelando progresso total ou quase total dentro dos parâmetros definidos.	Desenvolve com muita frequência as competências previstas, revelando progresso significativo dentro dos parâmetros definidos.	Desenvolve com frequência as competências previstas, revelando progresso parcial dentro dos parâmetros definidos.	Desenvolve com pouca frequência as competências previstas, revelando pouco progresso dentro dos parâmetros definidos.	Raramente ou nunca desenvolve as competências previstas, não revelando evidências de progresso dentro dos parâmetros definidos.
DOMÍNIOS E DESCRIPTORES				
Saber científico, técnico e tecnológico	<ul style="list-style-type: none"> • Compreende os conceitos, fundamentos e os princípios de marketing • Traça a evolução do marketing • Apresenta e explica conceitos relacionados com o marketing • Compreende as funções do marketing nas empresas • Distingue marketing estratégico de marketing operacional • Identifica a centralidade no cliente • Identifica as características comportamentais dos consumidores • Procede à análise e tendências de mercado • Identifica as características e os benefícios dos diferentes tipos de mercado, reconhecendo a influência das variáveis de mercado na atividade comercial 			

Pensamento crítico e pensamento criativo	<ul style="list-style-type: none"> Analisa de forma crítica as variáveis do marketing-mix de forma interdependente Explora de forma crítica a informação de mercado e as tendências de mercado Compreende as diferenças fundamentais entre cliente e consumidor Identifica as necessidades de consumidores através de estratégias de marketing integrado Identifica o processo e etapas para elaboração do plano de marketing
Informação e comunicação	<ul style="list-style-type: none"> Traça a evolução histórica dos estudos de mercado Aborda diferentes tipologia de estudos de mercado Procede à análise das necessidades e desejos dos diferentes segmentos através de trabalhos de pesquisa Aplica os conhecimentos de análise de mercados com vista a segmentar e comercializar os serviços/produtos da empresa Elabora o plano de um estudo de mercado Apresenta ideias de projetos diante de colegas ou de outras audiências reais Analisa documentação técnica Apresenta ideias para serviços e/ou produtos diante de colegas ou de outras audiências reais Produz discursos, textos e trabalhos resultantes de pesquisas
Relacionamento interpessoal, desenvolvimento pessoal e autonomia	<ul style="list-style-type: none"> Intervém de forma adequada Apresenta respeito pelo outro Demonstra rigor, empenho e autonomia no trabalho Identifica os conteúdos programáticos onde necessita de adquirir ou aprofundar competências

Aprovado pelo Grupo de Recrutamento 430 Economia e Contabilidade em reunião de **08/09/2025**