



1. Âmbito e Objectivos do Trabalho de Projecto

As ciências económicas e empresariais são uma área do conhecimento cuja aprendizagem está intimamente ligada à experiência como elemento fundamental no processo de conhecimento e interiorização de conceitos. O *Marketing Operacional* é, antes de tudo, uma realidade eminentemente prática.

Neste contexto, é-lhe proposto um projecto no qual o objectivo primordial é desenvolver e aprofundar o conhecimento de como as empresas trabalham com alguns aspectos fundamentais do Marketing Operacional, nomeadamente: qual a envolvente de informação de marketing, como definir o público-alvo, como gerar valor para o cliente através das políticas de produto, como captar valor ao cliente através das decisões de preço, como entregar valor ao cliente através das decisões de distribuição, e como comunicar valor ao cliente através das decisões de comunicação.

2. Considerações Metodológicas

A empresa seleccionada como objecto de estudo é da sua livre escolha. “Respostas” de gestores/técnicos exercendo diferentes funções no seio da empresa que é o objecto do seu trabalho de projecto será um valioso *input* para um trabalho mais completo. Assim, deverão ter acesso facilitado à empresa, sendo que a mesma pode ser uma microempresa, uma PME, ou uma grande empresa nacional e/ou Multinacional de qualquer sector, com ou sem fins lucrativos!

3. Conteúdo e Estrutura do Trabalho de Projecto

Título

Executive Summary / Abstract / Resumo Analítico

Índice

1. Introdução

2. Análise da Situação da Empresa

2.1 Análise Macroestrutural (*Macroenvironment*)

2.2 Análise Microestrutural (*Microenvironment*)

2.3 Análise Interna

3. Análise SWOT

4. Planeamento de Marketing da “Empresa XPTO” (Produto/ Serviço A/B/C)

2.4 Objectivos e estratégias presentes & futuras

5. O Marketing-Mix

4.1 Estratégia de produto/marca/ serviço

4.2 Estratégia de distribuição

4.3 Estratégia de preço

4.4 Estratégia de mix da comunicação

6. Conclusões e Recomendações

Bibliografia

Anexos (os necessários)



4. Sugestões de Carácter Formal e Outras Considerações

- Inclua um sumário executivo (abstract) – máximo 500 palavras – como a primeira página do relatório de Trabalho de Projecto (excepto a capa);
- Inclua toda a bibliografia utilizada (com particular atenção para eventual registo de sites de Internet consultados com a referência da data de consulta);
- Lembre-se de incluir eventuais questionários e guias de entrevista(s) como anexo(s);
- O Trabalho de Projecto não deverá exceder as 10 páginas!! (excluindo os anexos)
- Formatação de texto: Times New Roman 12 single spacing como standard!

5. Avaliação e Entrega

- Este trabalho deverá ser realizado em grupos de 5 candidatos e em termos de avaliação corresponde a 40% da avaliação final da disciplina.
- Entrega final: **Até 16 de Dezembro em papel e pdf.**