

Ano Letivo: 2019/2020
Unidade curricular: Geomarketing
Docente coordenador: José Luís Zêzere
Docentes: Miguel Marques
ECTS: 6 Carga Horária semanal: 3,0 h Tipologia: Teórico-Prática
Conteúdos programáticos
<p>1. Os Sistemas de Informação Geográfica e os Negócios</p> <p>1.1 Definições e conceitos 1.2 Componentes e funcionalidades</p> <p>2. Informação Geográfica para os Negócios</p> <p>2.1 Cartografia 2.2 Censos 2.3 Atividades Económicas</p> <p>3. Geografia e Localização</p> <p>3.1 Modelos Teóricos de Localização 3.2 Áreas de influência</p> <p>4. Processos e Análises de Geomarketing</p> <p>4.1 Bases de dados 4.2 Geo-referenciação e <i>address matching</i> 4.3 Análise de Mercado 4.4 Determinação de Localizações Óptimas 4.5 Análise espacial em Negócios</p>
Objetivos da unidade curricular e competências a adquirir
<p>Objetivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aprofundar os conhecimentos teóricos sobre modelos de localização; - Compreender os princípios e fundamentos do planeamento e gestão de projetos em <i>Geomarketing</i>; - Explorar Sistemas de Informação Geográfica orientados para <i>Geomarketing</i>; - Desenvolver metodologias de análise de localizações e de estratégias territoriais das empresas. <p>Competências:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Domínio dos conceitos associados à modelação em <i>Geomarketing</i>; - Capacidade de construção de bases de dados para modelação em <i>Geomarketing</i>; - Capacidade de desenvolver modelos de localização ótima; - Capacidade de desenvolver projetos simples em <i>Geomarketing</i>.
Bibliografia principal
<p>Cliquet G (2006) <i>Geomarketing: Methods and Strategies in Spatial Marketing</i>. ISTE Ltd, London.</p> <p>Grimshaw D (1999) <i>Bringing Geographical Information into Business</i>. 2nd Edition, Willey & Sons, London.</p> <p>Haggett P (1968) <i>Locational Analysis in Human Geography</i>. 4th Edition, Edward Arnold, London.</p> <p>Longley P, Clarke G (1996) <i>GIS for Business and Service Planning</i>. Willey & Sons, London.</p> <p>Pick J B (2008) <i>Geo-Business - Gis in the Digital Organization</i>. Willey & Sons, New Jersey.</p>
Métodos de avaliação de conhecimentos e respetiva ponderação
<p>2 trabalhos práticos individuais (15% cada; 30% da nota final); 1 teste prático (65%); participação nas aulas (5%).</p>