



UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

Programa da Unidade Curricular

MARKETING

Ano Lectivo 2014/2015

1. Unidade Orgânica

Ciências da Economia e da Empresa (1º Ciclo)

2. Curso

Gestão de Empresa

3. Ciclo de Estudos

1º

4. Unidade Curricular

MARKETING (24122)

5. Área Científica

6. Ano curricular

3º

7. Tipo de Unidade Curricular / Semestre

1º Semestre



UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

8. Tipo de aula e carga horária (tempo de trabalho)

Aulas Teóricas:	
Aulas Práticas:	
Aulas Teórico-práticas:	30,00
Orientação Tutorial:	20,00

9. Créditos

6,00

10. Coordenador da Área Científica

11. Regente

Prof. Doutora VIRGINIA DA ASCENSÃO A. M. DE GOUVEIA AVEIRO

12. Assistentes

Dr^a MARIA HELENA GODINHO COSTA FAVEIRO

13. Língua de ensino

Português

14. Objectivos Gerais

Dar a conhecer os principais conceitos de Marketing, a sua evolução ao longo dos tempos e as principais ferramentas utilizadas

15. Objectivos Específicos

Pretende-se que os alunos compreendam noções básicas de marketing e saibam aplicar esses conceitos e os instrumentos na elaboração de um Plano de Marketing

16. Competências a adquirir

Dominar os conceitos globais de marketing e ferramentas de análise e de desenvolvimento de um plano de marketing

17. Metodologia de ensino

O método de ensino-aprendizagem tem por base aulas teórico-práticas e tutoriais e inclui os seguintes instrumentos: exposições do docente, exercícios práticos, análise e discussão de casos em grupo, trabalhos de pesquisa, trabalhos aplicados individualmente e de grupo e apresentação e discussão de trabalhos

18. Conteúdos Programáticos



UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

1. Conceito de Marketing
2. A gestão de Marketing baseada em processos
3. O meio envolvente do Marketing
4. O comportamento do consumidor
5. Planeamento do Marketing
6. Segmentação do mercado
7. Comunicação
8. Marketing de Relacionamento
9. Marketing B to B
10. Marketing Social
11. Novas tendências do Marketing

19. Métodos de Avaliação

Compreende:

Realização individual de dois testes escritos

Execução de trabalhos práticos

Apresentação de trabalhos

Participação nas aulas

20. Recursos Didáticos

Bibliografia recomendada

Casos de estudo

Exercícios práticos

Apresentações em power point

21. Palavras Chave

Marketing

Planeamento de Marketing

Comunicação em Marketing

Marketing Social

Marketing Relaciona



UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

23. Bibliografia Principal

Autor(es): Philip Kotler, Kevin Lane Keller
Título: Marketing Management
Edição: 14th Ano: 2012
Local: Prentice Hall, New Jersey, USA
Editora: Pearson Education Limited

Autor(es): P. Dionísio, J. V. Rodrigues
Título: B-Mercator
Edição: 1ª Ano: 2009
Local: Alfragide
Editora: D. Quixote

Autor(es): J. V. Rodrigues et al.
Título: Grupo Nabeiro - Gestão Sustentada e Sucesso Empresarial
Edição: 1ª Ano: 2011
Local: Lisboa
Editora: Sergor

24. Bibliografia Complementar

Autor(es): D. Lindon, J. Lendrevie, J. Levy, P. Dionísio, J. V. Rodrigues
Título: Mercator XXI
Edição: 10ª Ano: 2004
Local: Lisboa
Editora: D. Quixote

Autor(es):
Título:
Edição: Ano:
Local:
Editora:



UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

Ficha técnica MIP	
Título	Programa da unidade curricular 'MARKETING': Ano Lectivo 2014/2015
Autor	Prof. Doutora VIRGINIA DA ASCENSÃO A. M. DE GOUVEIA AVEIRO
Classificação	-
Descritores	-
Colaborador(es)	-
Data/Hora	05-08-2014 10:24:00
Formato de dados	Texto, PDF
Estatuto de utilização	Acesso público
Relação	Versão 1,0
(c) Universidade Lusíada de Lisboa, 2014	