



UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

Programa da Unidade Curricular
MARKETING

Ano Lectivo 2022/2023

1. Unidade Orgânica

Faculdade de Ciências da Economia e da Empresa (2º Ciclo)

2. Curso

Mestrado em Gestão

3. Ciclo de Estudos

2º

4. Unidade Curricular

MARKETING (70205)

5. Área Científica

6. Ano curricular

1º

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:	15,00
Orientação Tutorial:	20,00

9. Créditos

7,50

10. Coordenador da Área Científica

11. Regente

Prof. Doutor NUNO TIAGO CLÁUDIO LEITÃO BAPTISTA

12. Assistentes

13. Língua de ensino

Português

14. Objectivos Gerais

O objetivo geral da unidade curricular é providenciar uma visão dos principais conceitos de marketing e desenvolver competências introdutórias de métodos de investigação no marketing, para que os alunos possam planear e assumir uma dissertação ou um projeto no âmbito do marketing.

15. Objectivos Específicos

O objetivo específico da UC é oferecer um sumário dos principais conceitos de marketing, incluindo o marketing estratégico e o marketing operacional. Pretende-se também evidenciar as principais características do marketing digital bem como as do marketing aplicado aos diferentes setores. O outro objetivo específico é providenciar um guia claro relativo ao processo de condução de investigação científica no âmbito do marketing. No final da UC os alunos devem ser capazes de desenvolver uma proposta

16. Competências a adquirir

Domínio dos conceitos essenciais da disciplina de marketing
Capacidade para desenvolver uma proposta de tese na área do marketing

17. Metodologia de ensino

Aulas teórico-práticas,
Aulas tutoriais envolvendo a discussão de artigos científicos



UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

18. Conteúdos Programáticos

1. Conceito de Marketing
 - 1.1. Evolução histórica do conceito de marketing.
 - 1.2. Tendências recentes de evolução do marketing
 - 1.3. Estratégia e plano de marketing
 - 1.4. Análise do Meio envolvente
 - 1.5. Análise do Mercado
 - 1.6. Segmentação, Targeting e posicionamento
 - 1.7. Marketing mix
2. Marketing digital
 - 2.1. Características do ambiente digital
 - 2.2. Plano de e-marketing
 - 2.3. Integração do Marketing digital e físico
 - 2.4. Métricas do marketing digital
3. Marketing aplicado a diferentes setores
4. Marketing pós-modernista
5. Marketing e teoria
 - 5.1. Construção do corpo de conhecimento teórico em Marketing.
 - 5.2. Desenvolvimento do corpo de conhecimento teórico em Marketing.
 - 5.3. A filosofia na investigação em marketing
 - 5.4. O desenho da investigação em marketing

19. Métodos de Avaliação

Trabalho individual consistindo numa revisão da literatura sobre um tema do marketing e uma proposta de investigação na área do marketing.

20. Recursos Didáticos

Bibliografia
Artigos científicos

21. Palavras Chave

Marketing estratégico
Marketing operacional
Marketing digital
Marketing sectorial
Marketing pós-



UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

23. Bibliografia Principal

Autor(es): Kotler, P. and Armstrong, G.
Título: Principles of Marketing
Edição: 18ª Ano: 2021
Local: Londres
Editora: Pearson

Autor(es): Baynast, A., Lendrevie, J., Lévy, J., Dionísio, P., Rodrigues, J.V
Título: Mercator ? O marketing na era digital
Edição: 18ª Ano: 2021
Local: Lisboa
Editora: D. Quixote

Autor(es): Easterby-Smith, M., Thorpe, M. and Jackson, P.
Título: Management Research
Edição: 4ª Ano: 2012
Local: Londres
Editora: Sage

24. Bibliografia Complementar

Autor(es): Kotler, Philip
Título: Marketing para o Século XXI
Edição: 3ª Ano: 2006
Local: Lisboa
Editora: Editorial Presença

Autor(es): Paley, N.
Título: The Marketing Strategy - Desktop Guide
Edição: 2ª Ano: 2007
Local: Londres
Editora: Thorogood Publishing



UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

Ficha técnica MIP	
Título	Programa da unidade curricular 'MARKETING': Ano Lectivo 2022/2023
Autor	Prof. Doutor NUNO TIAGO CLÁUDIO LEITÃO BAPTISTA
Classificação	-
Descritores	-
Colaborador(es)	-
Data/Hora	04-09-2022 13:14:00
Formato de dados	Texto, PDF
Estatuto de utilização	Acesso público
Relação	Versão 1,0
(c) Universidade Lusíada de Lisboa, 2022	