



UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

Programa da Unidade Curricular
TÓPICOS DE 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

TÓPICOS DE MARKETING (70209)

5. Área Científica

6. Ano curricular

1º

7. Tipo de Unidade Curricular / Semestre

2º 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

Aprofundar conhecimentos de marketing.

Aquisição de conhecimento em áreas especializadas e emergentes do marketing.

Enfoque no marketing de serviços, marketing público, marketing não lucrativo, marketing social e marketing de sítios. Ganhar uma consciência crítica sobre a dimensão ética associada ao marketing.

15. Objectivos Específicos

1- Debater conceitos de marketing e aplicá-los em casos concretos

2- Elaborar estratégias e planos específicos em marketing de serviços, marketing público, marketing não lucrativo, marketing social e marketing de sítios

3- Conhecer os principais problemas éticos que se colocam à prática do marketing

16. Competências a adquirir

a) Melhorar o pensamento analítico e capacidade de análise,

c) Desenvolver planos de marketing utilizando os instrumentos, métodos e técnicas aprendidos.

d) Desenvolver pensamento crítico sobre o marketing

17. Metodologia de ensino



UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

Método expositivo dos conteúdos teóricos definidos no programa da UC.

Análise e discussão de textos e artigos.

Discussão de casos práticos (reais e fictícios) pretende-se que os estudantes desenvolvam a sua capacidade de raciocinar sobre a gestão de marketing quer ao nível operacional quer estratégico.

18. Conteúdos Programáticos

1. Marketing de serviços
 - 1.1. Introdução ao marketing de serviços
 - 1.2. Gestão da procura
 - 1.3. Rendibilidade dos serviços
 - 1.4. A gestão da experiência do cliente
 - 1.5. Novos tópicos em marketing de serviços
2. Marketing público, não lucrativo e marketing social
 - 2.1. Introdução ao marketing publico, não lucrativo e marketing social
 - 2.2. Marketing público
 - 2.3. O setor não lucrativo e o marketing de causas
 - 2.4. O marketing social
3. Marketing dos sítios
 - 3.1. Introdução ao Place Marketing
 - 3.2. Place branding
 - 3.3. Place branding e marketing turístico
4. Ética aplicada ao marketing
 - 4.1. Introdução à ética no Marketing
 - 4.2. Objetivos de Sustentabilidade e Marketing
 - 4.3. Responsabilidade Social
 - 4.4. Critical marketing

19. Métodos de Avaliação

Trabalho de Grupo e apresentação em aula

20. Recursos Didáticos

Bibliografia
Conteúdo produzido em sala de aula
Artigos académicos
Casos práticos

21. Palavras Chave

Marketing de serviços
Marketing público, não-lucrativo e social
Marketing sítios
Ética



UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

23. Bibliografia Principal

Autor(es): Kotler, P. e Armstrong, G.
Título: Principles of marketing
Edição: 18 Ano: 2021
Local: Essex, UK
Editora: Pearson

Autor(es): Teresa A. Swartz e Dawn Iacobucci
Título: Handbook of Services Marketing and Management
Edição: Ano: 2000
Local:
Editora: SAGE Publications

Autor(es): Kotler, P. e Lee, N. R.
Título: Social Marketing: Influencing Behaviors for Good
Edição: 3 Ano: 2008
Local: CA, USA
Editora: SAGE

24. Bibliografia Complementar

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

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



UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

Ficha técnica MIP	
Título	Programa da unidade curricular 'TÓPICOS DE MARKETING': Ano Lectivo 2022/2023
Autor	Prof. Doutor NUNO TIAGO CLÁUDIO LEITÃO BAPTISTA
Classificação	-
Descritores	-
Colaborador(es)	-
Data/Hora	11-09-2022 13:29:00
Formato de dados	Texto, PDF
Estatuto de utilização	Acesso público
Relação	Versão 1,0
(c) Universidade Lusíada de Lisboa, 2022	