



UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

Programa da Unidade Curricular  
MARKETING INDUSTRIAL E DOS SERVIÇOS

Ano Lectivo 2020/2021

**1. Unidade Orgânica**

Faculdade de Ciências da Economia e da Empresa (1º Ciclo)

**2. Curso**

MARKETING

**3. Ciclo de Estudos**

1º

**4. Unidade Curricular**

MARKETING INDUSTRIAL E DOS SERVIÇOS (V1015)

**5. Área Científica**

**6. Ano curricular**

2º

**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. Doutor ANDRÉ TELMO PIRES DE VILARES MORGADO

#### 12. Assistentes

#### 13. Língua de ensino

Português

#### 14. Objectivos Gerais

Introdução e desenvolvimento conceptual dos temas referentes ao marketing industrial, com posterior aplicação prática das ferramentas específicas desta área de conhecimento. Complementarmente, irá proceder-se a uma breve introdução aos conceitos ligados ao marketing de serviços.

#### 15. Objectivos Específicos

Compreender a natureza particular das relações cliente-fornecedor. Debater a criação e captura de valor em mercados industriais. Discutir os condicionamentos do comportamento da empresa em redes de relacionamento industriais. Conhecer os principais traços que caracterizam o comportamento de compra organizacional.

#### 16. Competências a adquirir

SABER: Conhecer os elementos distintivos da acção de marketing industrial; identificar as fontes de valor em mercados industriais; reconhecer a importância do desenvolvimento de relacionamentos de longo-prazo em mercados industriais.

FAZER: Desenhar uma proposta de valor; estruturar um plano de comunicação com recurso a referências de clientes; vender com base em valor.

#### 17. Metodologia de ensino



## UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

O método de ensino desenvolve-se partindo de uma ênfase teórica para uma componente prática, tendo por base aulas teórico-práticas e tutoriais e inclui os seguintes instrumentos pedagógicos: exposições do docente, análise e discussão de textos, exercícios práticos, trabalho de pesquisa aplicada, com posterior apresentação e discussão em sala de aula.

### 18. Conteúdos Programáticos

1. Marketing industrial
  - 1.1. Introdução ao marketing industrial
  - 1.2. As redes de relacionamento industrial
  - 1.3. Cultura, valores e marca em mercados B2B
  - 1.4. O comportamento de compra industrial
  - 1.5. Criação de valor em mercados industriais
  - 1.6. Value Selling
  - 1.7. Gestão das referências de clientes
  - 1.8. Go-to market e a proposta de valor
2. Service mangement
  - 2.1. O modelo serviços e lucro
  - 2.2. A equação "valor por esforço"
  - 2.3. A gestão da experiência do cliente
  - 2.4. A retenção de clientes
  - 2.5. A satisfação de clientes

### 19. Métodos de Avaliação

A avaliação contínua inclui a realização de (i) dois testes escritos; (ii) a elaboração de um trabalho prático e respectiva apresentação em sala de aula; bem como (iii) a participação nas sessões presenciais.

### 20. Recursos Didáticos

1. Bibliografia
2. Artigos científicos
3. Artigos de cariz "managerial"

### 21. Palavras Chave

B2B  
Business relationships  
Customer experience  
Industrial networks  
Purchasing



UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

### 23. Bibliografia Principal

Autor(es): André Vilares Morgado  
Título: B2B Marketing: Uma abordagem prática em mercados industriais  
Edição: Ano: 2019  
Local: Coimbra  
Editora: Actual (Grupo Almedina)

---

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

---

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

---

### 24. Bibliografia Complementar

Autor(es): Antonella La Rocca  
Título: Customer-Supplier Relationships in B2B: An Interaction Perspective on Actors in Business Networks  
Edição: Ano: 2020  
Local: Basingstoke  
Editora: Palgrave Macmillan

---

Autor(es): Luis Maria Huete  
Título: Servicios & beneficios: la fidelización de clientes y empleados  
Edição: Ano: 2003  
Local: Bilbao  
Editora: Deusto

---



UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

Ficha técnica MIP	
<b>Título</b>	Programa da unidade curricular 'MARKETING INDUSTRIAL E DOS SERVIÇOS': Ano Lectivo 2020/2021
<b>Autor</b>	Prof. Doutor ANDRÉ TELMO PIRES DE VILARES MORGADO
<b>Classificação</b>	-
<b>Descritores</b>	-
<b>Colaborador(es)</b>	-
<b>Data/Hora</b>	11-09-2020 15:40:00
<b>Formato de dados</b>	Texto, PDF
<b>Estatuto de utilização</b>	Acesso público
<b>Relação</b>	Versão 1,0
(c) Universidade Lusíada de Lisboa, 2020	