



UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

Programa da Unidade Curricular
LANÇAMENTO DE NOVOS PRODUTOS

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

LANÇAMENTO DE NOVOS PRODUTOS (V1025)

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 ALMEIDA MADEIRA DE GOUVEIA AVEIRO

12. Assistentes

13. Língua de ensino

Português

14. Objectivos Gerais

- Desenvolver nos alunos a capacidade de analisar o mercado, as necessidades actuais e futuras dos clientes de modo a criar novos produtos/serviços, através de metodologias apropriadas.
- Saber identificar as vantagens competitivas da empresa e os fatores críticos de sucesso.

15. Objectivos Específicos

- Experienciar a hipótese de criação de um projeto de lançamento de um novo produto utilizando quer as técnicas do marketing tradicional quer as digitais.
- Conhecer e ensaiar formas consagradas no chamado marketing 4.0 (comunidades e cocriação)

16. Competências a adquirir

- Desenvolver a capacidade criativa e analítica para olhar o mundo empresarial "out of the box"
- Partir da ideia criativa e saber fazer a sua concretização, se for viável.
- Definir,planificar todas as acções e valorizar em termos financeiros o lançamento de novos produtos

17. Metodologia de ensino

- Aulas presenciais de explanação teórica e de discussão dos temas; análise de metodologias em trabalhos já realizados e trabalhos de grupo



UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

18. Conteúdos Programáticos

1. Metodologia globais de análise empresarial
Business Model Canvas
Metodologia SOSTAC
2. Componentes do plano operacional de marketing para o lançamento /relançamento de um novo produto
 - 2.1. Análise interna (exemplos: missão, valores e visão, carteira de clientes e análise ABC, marketing-mix, capacidades críticas,) mapeamento da experiência atual do cliente: jobs to be done, personas e user Journey Maps,...)
 - 2.2. Análise externa (exemplos: PESTE, concorrência, 5 Forças de Porter, BCG,
3. Análise crítica: SWOT e swot cruzada
4. Sistematização de todas as oportunidades identificadas, a nível interno e externo, com potencial para dar resposta ao desafio
5. Introdução de novos produtos no mercado. Opções para novos produtos
 - 5.1. Apresentação da proposta valor do novo produto (Value Proposition from Geoffrey Moore)
 - 5.2. Teste ao mercado sobre a aceitação/necessidade/características do novo produto
 - 5.3. Decisão sobre o novo Produto. Apresentação da estratégia de Marketing MIX e STP
 - 5.4. Viabilidade operacional e financeira

19. Métodos de Avaliação

No regime de avaliação contínua:

Participação nas aulas, discussão de textos teóricos e da matéria do programa; dois testes individuais e um trabalho de grupo.

No regime de avaliação final:

Exame individual

20. Recursos Didáticos

Slides e outros materiais e recursos didáticos para demonstração e reforço das aulas teóricas, apoiados por leituras críticas de obras selecionadas de carácter técnico-científico.

21. Palavras Chave

Desenvolvimento de novos produtos e serviços
Gestão de produto
Estratégia de marketing
Plano de N



UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

23. Bibliografia Principal

Autor(es): KOTLER, Philip, KELLER, Kevin
Título: Administração de Marketing
Edição: 14^a Ano: 2013
Local: São Paulo
Editora: Pearson

Autor(es): KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan, SETAWAN, Iwan
Título: Marketing 4.0
Edição: Ano: 2017
Local:
Editora: ACTUAL

Autor(es): CHESBROUGH, H; SCHWARTZ, K.
Título: Innovating business models with co-development partnerships
Edição: Ano: 2007
Local:
Editora: Research Technology Management, v. 50, n. 1, p. 55-59

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 'LANÇAMENTO DE NOVOS PRODUTOS': Ano Lectivo 2020/2021
Autor	Prof. Doutora VIRGINIA DA ASCENSÃO ALMEIDA MADEIRA DE GOUVEIA AVEIRO
Classificação	-
Descritores	-
Colaborador(es)	-
Data/Hora	13-09-2020 22:38:00
Formato de dados	Texto, PDF
Estatuto de utilização	Acesso público
Relação	Versão 1,0
(c) Universidade Lusíada de Lisboa, 2020	