



UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

Programa da Unidade Curricular
AUDITORIA EM MARKETING
Ano Lectivo 2019/2020

1. Unidade Orgânica

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

2. Curso

MARKETING

3. Ciclo de Estudos

1º

4. Unidade Curricular

AUDITORIA EM MARKETING (V1030)

5. Área Científica

6. Ano curricular

3º

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:	30,00
Orientação Tutorial:	20,00

9. Créditos

6,00

10. Coordenador da Área Científica

11. Regente

Prof. Doutor JOAQUIM JOSÉ DOS SANTOS ALVES

12. Assistentes

13. Língua de ensino

Português

14. Objectivos Gerais

Ministrar conceitos, técnicas e instrumentos de Auditoria em Marketing.

15. Objectivos Específicos

Pretende-se que os alunos adquiram um conhecimento fundamental dos conceitos e técnicas relacionadas com a auditoria, por forma a possam aplicá-las ao marketing, designadamente ao ambiente, objectivos, estratégias e actividades de marketing da empresa. Pretende-se que os alunos sejam dotados com os conhecimentos necessários para identificar riscos e áreas problemáticas e propor medidas de correcção.

16. Competências a adquirir

Conceção, planeamento e implementação de auditorias de Marketing.

17. Metodologia de ensino

O método de ensino-aprendizagem desenvolve-se de um modo lógico de uma ênfase teórica para uma ênfase prática, tem por base aulas teórico-práticas e tutoriais e inclui os seguintes instrumentos: exposições do docente, análise e discussão de casos, e exercícios práticos.



UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

18. Conteúdos Programáticos

- 1- Principais conceitos em auditoria e enquadramento da auditoria nas organizações
 - 1.1 - Auditoria financeira
 - 1.2 - Auditoria do sector público
 - 1.3 - Auditoria interna.
- 2-O Marketing e as Demonstrações financeiras
- 3 - Auditoria Interna
 - 3.1 - Governação
 - 3.2 - Gestão dos riscos
 - 3.3 - Controlo interno
- 4 - Planeamento da auditoria
- 5 - Procedimentos e testes de auditoria
- 6 - Auditoria ao Marketing
 - 6.1 - Ambiente do marketing (macro e tarefas)
 - 6.2 - Estratégia de marketing
 - 6.3 - Organização do marketing
 - 6.4 - Sistemas de marketing
 - 6.5 - Produtividade do marketing
 - 6.6 - Função do marketing

19. Métodos de Avaliação

A avaliação contínua inclui a realização de dois testes escritos e uma frequência.

20. Recursos Didáticos

Bibliografia recomendada
Casos de estudo
Exercícios práticos
Apresentações em PowerPoint

21. Palavras Chave

Auditoria de Marketing
Ambiente de Marketing
Marketing Estratégico
Marketing Operacional



UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

23. Bibliografia Principal

Autor(es): Philip Kotler
Título: Maketing para o Século XXI
Edição: 6.^a Ano: 2010
Local: Lisboa
Editora: Editorial Presença

Autor(es): Philip Kotler, Kevin Keller
Título: Administração de Marketing
Edição: 14 Ano: 2013
Local: São Paulo
Editora: Pearson

Autor(es): Martins, Isabel & Morais, Georgina
Título: Auditoria Interna: Função e Processo
Edição: 3.^a Ano: 2003
Local: Lisboa
Editora: Áreas Editora

24. Bibliografia Complementar

Autor(es): The Institute of Internal Auditors
Título: Enquadramento Internacional de Práticas Profissionais de Auditoria Interna
Edição: Ano: 2009
Local: Lisboa
Editora: Instituto Português de Auditoria Interna

Autor(es): Alves, Joaquim
Título: Princípios e Prática de Auditoria e Revisão de Contas
Edição: 1.^a Ano: 2015
Local: Lisboa
Editora: Sílabo



UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

Ficha técnica MIP	
Título	Programa da unidade curricular 'AUDITORIA EM MARKETING': Ano Lectivo 2019/2020
Autor	Prof. Doutor JOAQUIM JOSÉ DOS SANTOS ALVES
Classificação	-
Descritores	-
Colaborador(es)	-
Data/Hora	22-07-2019 12:13:00
Formato de dados	Texto, PDF
Estatuto de utilização	Acesso público
Relação	Versão 1,0
(c) Universidade Lusíada de Lisboa, 2019	