



UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

Programa da Unidade Curricular
AUDITORIA EM MARKETING

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

AUDITORIA EM MARKETING (V1030)

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 ANA SOFIA MASCARENHAS PROENÇA PARENTE DA COSTA

12. Assistentes

13. Língua de ensino

Português

14. Objectivos Gerais

A unidade curricular tem como objectivo a aprendizagem do que é uma auditoria em marketing, quais as suas componentes e análises a realizar.

15. Objectivos Específicos

- Interligar as variáveis de decisão de uma estratégia de marketing de forma a compreender as implicações da mesma.
- Ilustrar as perguntas a fazer numa avaliação da estratégia de marketing adoptada.

16. Competências a adquirir

Desenvolver a capacidade de:

- Analisar uma estratégia de marketing no contexto de um ambiente externo não controlável e em mudança.
- Analisar criticamente as escolhas na tomada de decisão da estratégia de marketing.
- Propor soluções de melhoria na estratégia adoptada.

17. Metodologia de ensino

- Aulas teórico-práticas em que serão abordados conceitos relacionados com o programa da unidade curricular, recorrendo a slides e a exemplos actuais e reais.
- Aulas de orientação tutorial em que serão analisados casos práticos que permitam ilustrar e consolidar os conceitos vistos nas aulas teórico-práticas e também resolvidos trabalhos pelos alunos.



UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

18. Conteúdos Programáticos

Parte I

1. Introdução
2. Auditoria
3. Auditoria em Marketing

Parte II

4. Estratégia
5. Auditoria do Ambiente Externo
6. Auditoria do Ambiente Interno
7. Auditoria da Estratégia de Marketing

19. Métodos de Avaliação

A avaliação contínua da unidade curricular será composta de:

- 2 testes (30% cada)
- Trabalho de grupo (40%)
- Participação nas aulas

20. Recursos Didáticos

Serão utilizados como recursos didáticos:

- Leccionação acompanhada de slides que serão disponibilizados aos alunos antes das respectivas aulas
- Artigos científicos que serão disponibilizados no moodle
- Bibliografia recomendada da unidade curricular

21. Palavras Chave

Auditoria em marketing
Estratégia de marketing



UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

23. Bibliografia Principal

Autor(es): Kevin Lane Keller e Philip Kotler
Título: Administração de Marketing
Edição: 14^a Ano: 2012
Local:
Editora: Prentice Hall

Autor(es): Arthur Thompson and Margaret Peteraf and John Gamble and A. Strickland
Título: Crafting & Executing Strategy: Concepts and Cases
Edição: 22^o Ano: 2020
Local:
Editora: McGraw-Hill

Autor(es): Aubrey Wilson
Título: The Marketing Audit Handbook
Edição: 1^o Ano: 2011
Local: London
Editora: Kogan Page

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 'AUDITORIA EM MARKETING': Ano Lectivo 2020/2021
Autor	Prof. Doutora ANA SOFIA MASCARENHAS PROENÇA PARENTE DA COSTA
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	