UNIVERSIDADE LUSÍADA
LISBOA

Programa da Unidade Curricular
MARKETING

Ano Lectivo 2025/2026

1. Unidade Orgânica

Faculdade de Ciências da Economia e da Empresa

2. Curso

GESTÃO DE EMPRESA

3. Ciclo

1º

4. Unidade Curricular

MARKETING (24122)

5. Área Científica

6. Ano Curricular

3º

7. Tipo de Unidade Curricular / Semestre

1º Semestre

FUNDAÇÃO MINERVA CULTURA - ENSINO E INVESTIGAÇÃO CIENTÍFICA

Rua da Junqueira, 188 a 198 - 1349-001 LISBOA - Telefone 213 611 500 - Fax 213 638 307 - e-mail: info@lis.ulusiada.pt - https://www.lis.ulusiada.pt

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 ECTS

6,00

10. Coordenador da Área Cientifica

11. Regente

Prof. Doutora MÓNICA MONTES MENDES ROCHA FERREIRA

12. Assistentes

13. Língua de Ensino

Português

14. Objetivos Gerais

- Compreender o pensamento de marketing nas organizações empresariais.
- Compreender o princípio de orientação para o mercado e, consequentemente, a filosofia da função de Marketing.
- Conhecer a metodologia de implementação de estratégias de marketing-mix.
- Analisar o consumidor/cliente.

15. Objetivos Específicos

- Compreender o modelo de planeamento de marketing.
- Dominar os principais conceitos de Marketing.
- Conhecer os principais instrumentos de diagnóstico e de estratégia de marketing.
- Ser capaz de realizar análises de mercado e da concorrência.

16. Competências a adquirir

- Caracterizar ambientes de marketing.
- Identificar oportunidades e ameaças em ambientes de marketing em constante mutação.
- Propor orientações estratégicas e táticas, tendo em conta os pontos fortes e fracos da organização ou produto.
- Conhecer as variáveis estratégicas e operacionais de marketing.
- Elaborar o plano estratégico e operacional de Marketing.

FUNDAÇÃO MINERVA CULTURA - ENSINO E INVESTIGAÇÃO CIENTÍFICA

Rua da Junqueira, 188 a 198 - 1349-001 LISBOA - Telefone 213 611 500 - Fax 213 638 307 - e-mail: info@lis.ulusiada.pt - https://www.lis.ulusiada.pt

17. Metodologia de Ensino

Aulas teórico-práticas, discussão de mini-casos.
Discussão de artigos e casos de estudo.

18. Conteúdos Programáticos

FUNDAÇÃO MINERVA CULTURA - ENSINO E INVESTIGAÇÃO CIENTÍFICA

Rua da Junqueira, 188 a 198 - 1349-001 LISBOA - Telefone 213 611 500 - Fax 213 638 307 - e-mail: info@lis.ulusiada.pt - https://www.lis.ulusiada.pt

CAPÍTULO 1: CONCEITO DE MARKETING
1. Definições de marketing
2. A evolução do marketing
3. Problemas atuais e grandes tendências de evolução do marketing
4. Estratégia e plano de marketing
CAPÍTULO 2: MARKETING NA ORGANIZAÇÃO
1. Papel do marketing na organização
2. Portfólio de negócios
3. Planeamento de marketing
4. Gestão das ações de marketing
5. Marketing e as tecnologias de informação
CAPÍTULO 3: MEIO ENVOLVENTE DA EMPRESA
1. A empresa e o meio envolvente
2. Micro meio envolvente
3. Macro meio envolvente
CAPÍTULO 4: ANÁLISE DO MERCADO E DOS SEUS ATORES
1. Definições de mercado
2. Mercados industriais e mercados de consumo
3. Mercados institucionais e governamentais
4. Fatores de evolução dos mercados
5. Quantificação do Mercado
CAPÍTULO 5: COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR
1.Principais teorias e modelos explicativos do comportamento dos consumidores
2.Análise do processo de decisão nos vários tipos de mercado
CAPÍTULO 6: ANÁLISES DE COMPETITITIVIDADE
1. Análise da competição
2. Estratégias competitivas
3. Análise SWOT
4. Análise de Porter
CAPÍTULO 7: SEGMENTAÇÃO DO MERCADO
1. Conceitos e definições
2. Critérios de segmentação
3. Escolha dos critérios de segmentação
4. Os principais métodos de divisão do mercado
CAPÍTULO 8: POSICIONAMENTO
1. Introdução ao posicionamento
2. Definição de posicionamento
3. A escolha das características distintivas
4. Eixos de diferenciação
5. A utilização de estudos de mercado no processo de posicionamento
CAPÍTULO 9: SISTEMAS DE INFORMAÇÃO DE MARKETING
1. Conceito de sistema de informação de marketing
2. Avaliação das necessidades de informação

FUNDAÇÃO MINERVA CULTURA - ENSINO E INVESTIGAÇÃO CIENTÍFICA

Rua da Junqueira, 188 a 198 - 1349-001 LISBOA - Telefone 213 611 500 - Fax 213 638 307 - e-mail: info@lis.ulusiada.pt - https://www.lis.ulusiada.pt

3. Investigação em marketing
4. Análise e utilização da informação
5. Métodos qualitativos
6. Métodos quantitativos
7. Os modelos explicativos

19. Métodos de Avaliação

A avaliação contínua inclui a realização de (i) dois testes escritos; (ii) a elaboração de um trabalho prático (em grupo)

20. Recursos Didáticos

Bibliografia
Artigos científicos
Casos de estudo.

21. Objetivos de Sustentabilidade

ODS 4, ODS 8, ODS 12: Os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) 4, 8 e 12 referem-se à Educação de Qualidade (ODS 4), que visa assegurar a educação inclusiva e de qualidade para todos, ao Trabalho Digno e Crescimento Económico (ODS 8), que busca promover o trabalho decente e o crescimento económico inclusivo e sustentável, e à Produção e Consumo Sustentáveis (ODS 12), que promove padrões de produção e consumo sustentáveis.

22. Palavras Chave

Marketing
Consumidor
Plano de marketing

FUNDAÇÃO MINERVA CULTURA - ENSINO E INVESTIGAÇÃO CIENTÍFICA

Rua da Junqueira, 188 a 198 - 1349-001 LISBOA - Telefone 213 611 500 - Fax 213 638 307 - e-mail: info@lis.ulusiada.pt - https://www.lis.ulusiada.pt

23. Bibliografia Principal

Autor(es): Kotler, P. and Armstrong, G.
Título: Principles of Marketing
Edição: 18ª Ano: 2021
Local: Londres
Editora: Pearson
Codigo ISBN:

Autor(es): Pedro Dionísio, João Guerreiro, Hugo Faria, Vicente Rodrigues, Rogério Canhoto
Título: AI_Novator Marketing na era da Inteligência Artificial e da Sustentabilidade ? Gen AI e ESG
Edição: Ano: 2024
Local: Lisboa
Editora: Bertrand Editora
Codigo ISBN: 9789722548250

Autor(es): Kotler, P., Kartajaya, H., Setiawan, I.
Título: Marketing 5.0. Tecnologia para a humanidade
Edição: 1ª Ano: 2021
Local: Lisboa
Editora: Actual (Almedina)
Codigo ISBN:

24. Bibliografia Complementar

Autor(es): Kotler, Philip
Título: Marketing para o Século XXI
Edição: 3ª Ano: 2006
Local: Lisboa
Editora: Editorial Presença
Codigo ISBN: Bertrand Editora

Autor(es): Paley, N.
Título: The Marketing Strategy - Desktop Guide
Edição: 2ª Ano: 2007
Local: Londres
Editora: Thorogood Publishing

FUNDAÇÃO MINERVA CULTURA - ENSINO E INVESTIGAÇÃO CIENTÍFICA

Rua da Junqueira, 188 a 198 - 1349-001 LISBOA - Telefone 213 611 500 - Fax 213 638 307 - e-mail: info@lis.ulusiada.pt - https://www.lis.ulusiada.pt

Codigo ISBN:

Ficha técnica MIP / MIP Datasheet	
Título / Title	Programa da unidade curricular 'MARKETING': Ano Lectivo 2025/2026
Autor / Author	Prof. Doutora MÓNICA MONTES MENDES ROCHA FERREIRA
Classificação / Classification	-
Descritores / Descriptors	-
Colaborador(es) / Colaborator(s)	-
Data Hora / Date Time	12-10-2025 13:37:00
Formato de dados / Data Format	Texto / Text, PDF
Estatuto de utilização / Usage	Acesso público / Public Access
Relação / Relation	Versão 1,0

(c) Universidade Lusíada, 2025

FUNDAÇÃO MINERVA CULTURA - ENSINO E INVESTIGAÇÃO CIENTÍFICA

Rua da Junqueira, 188 a 198 - 1349-001 LISBOA - Telefone 213 611 500 - Fax 213 638 307 - e-mail: info@lis.ulusiada.pt - https://www.lis.ulusiada.pt