UNIVERSIDADE LUSÍADA
LISBOA

Programa da Unidade Curricular
COMPLEMENTOS DE 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

COMPLEMENTOS DE MARKETING (24128)

5. Área Científica

6. Ano Curricular

3º

7. Tipo de Unidade Curricular / Semestre

2º 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

No final da unidade curricular, os alunos devem ser capazes de:
- Decidir sobre ações de marketing mix que se revelem coerentes com uma estratégia previamente delineada;
- Compreender o contributo específico de cada elemento do marketing mix para a prossecução dos objetivos de marketing estabelecidos;
- Diagnosticar problemáticas relacionadas com as variáveis produto, preço, distribuição e comunicação, propondo soluções adequadas e fundamentadas;
- Integrar a criatividade como instrumento co

15. Objetivos Específicos

No final da unidade curricular, os estudantes deverão ser capazes de:
0A1- Identificar e descrever criticamente os principais conceitos e quadros teóricos associados à política de produto;
OA2- Identificar e descrever criticamente os principais conceitos e quadros teóricos associados à política de distribuição;
OA3- Identificar e descrever criticamente os principais conceitos e quadros teóricos associados à política de preço;
OA4- Identificar e descrever criticamente os principais conceitos

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

16. Competências a adquirir

- Compreensão aprofundada dos principais conceitos, modelos e teorias relacionados com as políticas de produto, preço, distribuição e comunicação no âmbito do marketing mix;
- Capacidade de análise crítica das decisões estratégicas de marketing, considerando os diferentes elementos que compõem o mix.
- Aplicação de ferramentas e técnicas de marketing mix na resolução de problemas concretos, com base na análise de casos reais;
- Capacidade de elaborar diagnósticos e propor soluções consistente

17. Metodologia de Ensino

A unidade curricular desenvolve-se por meio de uma abordagem combinada de sessões teóricas e práticas. Inicialmente, procede-se à exposição e discussão dos conceitos fundamentais integrados no programa da unidade curricular, evoluindo progressivamente para a sua análise e aplicação prática, nomeadamente por meio de estudos de caso.

Ao longo do período letivo, os estudantes deverão adquirir e/ou consolidar competências de análise e síntese, investigação, pensamento crítico, bem como competências

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

0 - Articulação entre o Planeamento Estratégico e o Planeamento Operacional
- Relação entre níveis estratégicos e operacionais no âmbito do marketing;
- Integração do marketing mix na execução da estratégia de marketing.

1 - Política de Produto (bem, serviço ou ideia)
Conceito de brand equity e a sua relevância na criação de valor;
Gestão do produto-mix em contextos de bens e de serviços;
Processos de desenvolvimento de novos produtos;
Gestão de gamas e de linhas de produto.

2 - Política de Distribuição
Tipologias e funções dos intermediários no canal de distribuição;
Especificidades da distribuição de bens versus serviços;
Composição, características e importância dos canais de distribuição;
Dinâmicas de distribuição do produtor e do retalhista;
Conceito e práticas de merchandising.

3 - Política de Preço
Factores internos e externos que influenciam a definição de preços;
Estratégias de precificação em função do posicionamento e objetivos de marketing;
Critérios de fixação de preços;
Comportamento do mercado-alvo diante das variações de preço.

4 - Política de Comunicação
Impacto do processo de decisão de compra do consumidor nas estratégias de comunicação de marketing;
Composição do mix de comunicação:
Publicidade
Promoção de vendas
Relações públicas
Força de vendas
Marketing direto
Marketing digital
Influência do marketing relacional na definição da comunicação integrada;
Elaboração e gestão de planos de comunicação.

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

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

21. Objetivos de Sustentabilidade

A unidade curricular, ao abordar, de forma crítica e aplicada, as políticas do marketing mix, contribui para a formação de profissionais conscientes do seu papel na promoção de práticas empresariais éticas, inclusivas e sustentáveis. A seguir, apresentam-se os principais pontos de articulação com os ODS:

ODS 4 ? Educação de Qualidade

Promove competências analíticas, práticas e críticas, alinhadas com uma formação académica de qualidade, centrada na aplicação responsável do marketing em con

22. Palavras Chave

Plano de marketing
Marketing operacional
Marketing mix

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): Baynast, A., Lendrevie, J., Lévy, J., Dionísio, P., Rodrigues, J.V
Título: Mercator. O marketing na era digital
Edição: 18ª Ano: 2021
Local: Lisboa
Editora: D. Quixote
Codigo ISBN:

Autor(es): Dionisio, P.; Rodrigues, V.; Guerreiro, J.; Canhoto, R. & Faria, H
Título: AI_NOVATOR
Edição: Ano: 2025
Local: Lisboa
Editora: Bertrand
Codigo ISBN: 9781292449364

24. Bibliografia Complementar

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

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

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

UNIVERSIDADE LUSÍADA
LISBOA

Ficha técnica MIP / MIP Datasheet	
Título / Title	Programa da unidade curricular 'COMPLEMENTOS DE 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	28/05/2026 14:22:00
Formato de dados / Data Format	Texto / Text, PDF
Estatuto de utilização / Usage	Acesso público / Public Access
Relação / Relation	Versão 1,0

(c) Universidade Lusíada, 2026

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