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

MESTRADO EM GESTÃO

3. Ciclo

2º

4. Unidade Curricular

MARKETING (70205)

5. Área Científica

6. Ano Curricular

1º

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:	15,00
Orientação Tutorial:	20,00

9. Créditos ECTS

7,50

10. Coordenador da Área Cientifica

11. Regente

Prof. Doutora MÓNICA MONTES MENDES ROCHA FERREIRA

12. Assistentes

13. Língua de Ensino

Português

14. Objetivos Gerais

O objetivo geral da unidade curricular é providenciar uma visão dos principais conceitos de marketing e desenvolver competências introdutórias de métodos de investigação no marketing, para que os alunos possam planear e assumir uma dissertação ou um projeto no âmbito do marketing.

15. Objetivos Específicos

O objetivo específico da UC é oferecer um sumário dos principais conceitos de marketing, incluindo o marketing estratégico e o marketing operacional. Pretende-se também evidenciar as principais características do marketing digital bem como as do marketing aplicado aos diferentes setores. O outro objetivo específico é providenciar um guia claro relativo ao processo de condução de investigação científica no âmbito do marketing. No final da UC os alunos devem ser capazes de desenvolver uma proposta

16. Competências a adquirir

Domínio dos conceitos essenciais da disciplina de marketing.
Capacidade para desenvolver uma proposta de tese na área do marketing.

17. Metodologia de Ensino

Aulas teórico-práticas.
Aulas tutoriais envolvendo a discussão de artigos científicos

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

18. Conteúdos Programáticos

1. Conceito de Marketing
1.1. Evolução histórica do conceito de marketing.
1.2. Tendências recentes de evolução do marketing
1.3. Estratégia e plano de marketing
1.4. Análise do Meio envolvente
1.5. Análise do Mercado
1.6. Segmentação, Targeting e posicionamento
1.7. Marketing mix
2. Marketing digital
2.1. Características do ambiente digital
2.2. Plano de e-marketing
2.3. Integração do Marketing digital e físico
2.4. Métricas do marketing digital
3. Marketing aplicado a diferentes setores
4. Marketing pós-modernista
5. Marketing e teoria
5.1. Construção do corpo de conhecimento teórico em Marketing.
5.2. Desenvolvimento do corpo de conhecimento teórico em Marketing.
5.3. A filosofia na investigação em marketing
5.4. O desenho da investigação em marketing

19. Métodos de Avaliação

Trabalho individual consistindo numa revisão da literatura sobre um tema do marketing e uma proposta de investigação na área do marketing.

20. Recursos Didáticos

Bibliografia
Artigos científicos

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 estratégico
Marketing operacional
Marketing digital
Marketing sectorial

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): Easterby-Smith, M., Thorpe, M. and Jackson, P.
Título: Management Research
Edição: 4ª Ano: 2012
Local: Londres
Editora: Sage
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:

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

UNIVERSIDADE LUSÍADA
LISBOA

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	20-11-2025 19:15:00
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