



UNIVERSIDADE LUSÍADA
LISBOA

Programa da Unidade Curricular
TÓPICOS DE MARKETING

Ano Lectivo 2024/2025

1. Unidade Orgânica

Faculdade de Ciências da Economia e da Empresa

2. Curso

MESTRADO EM GESTÃO

3. Ciclo

2º

4. Unidade Curricular

TÓPICOS DE MARKETING (70209)

5. Área Científica

6. Ano Curricular

1º

7. Tipo de Unidade Curricular / Semestre

2º Semestre



UNIVERSIDADE LUSÍADA
LISBOA

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 Científica

11. Regente

Prof. Doutora CHEROUK AMR ABDELHAKIM YASSIN

12. Assistentes

13. Língua de Ensino

Português

14. Objetivos Gerais

Aprofundar conhecimentos de marketing.

Aquisição de conhecimento em áreas especializadas e emergentes do marketing.

Enfoque no marketing de serviços, marketing público, marketing não lucrativo, e marketing social. Ganhar uma consciência crítica sobre a dimensão ética associada ao marketing.

15. Objetivos Específicos

1- conceitos de marketing e aplicá-los em casos concretos.

2- Elaborar estratégias e planos específicos em marketing de serviços, marketing público, marketing não lucrativo, e marketing social.

3- Conhecer os principais problemas éticos que se colocam à prática do marketing.

16. Competências a adquirir

1) Melhorar o pensamento analítico e capacidade de análise em marketing.

2) Desenvolver planos de marketing utilizando os instrumentos, métodos e técnicas aprendidos.

3) Desenvolver pensamento crítico sobre o marketing.

17. Metodologia de Ensino

Teórico-prática



UNIVERSIDADE LUSÍADA
LISBOA

18. Conteúdos Programáticos

1. Marketing de serviços
2. Marketing público, não lucrativo e marketing social
3. Marketing dos sítios
4. Ética aplicada ao marketing

19. Métodos de Avaliação

Trabalho grupo com apresentação em sala de aula.

20. Recursos Didáticos

Bibliografia
Conteúdo produzido em sala de aula
Artigos académicos
Casos práticos

21. Objetivos de Sustentabilidade

O tema da sustentabilidade no marketing integra o conteúdo curricular da UC, pelo que todos os objetivos de desenvolvimento sustentável serão abordados. Neste sentido, a UC contribui para a prossecução de todos eles.

ODS 1, ODS 2, ODS 3, ODS 4, ODS 5, ODS 6, ODS 7, ODS 8, ODS 9, ODS 10, ODS 11, ODS 12, ODS 13, ODS 14, ODS 15, ODS 16 e ODS 17

22. Palavras Chave

Marketing de serviços
Marketing público, não-lucrativo e social
Marketing sítios
Ética no marketi



UNIVERSIDADE LUSÍADA
LISBOA

23. Bibliografia Principal

Autor(es): Kotler, P. e Armstrong, G.
Título: Principles of marketing
Edição: 18 Ano: 2021
Local: UK
Editora: Pearson

Autor(es): Kotler, P. e Lee, N. R.
Título: Social Marketing: Influencing Behaviors for Good
Edição: Ano: 2008
Local: USA
Editora: Sage

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

24. Bibliografia Complementar

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

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



UNIVERSIDADE LUSÍADA
LISBOA

Ficha técnica MIP / MIP Datasheet	
Título / Title	Programa da unidade curricular 'TÓPICOS DE MARKETING': Ano Lectivo 2024/2025
Autor / Author	Prof. Doutora CHEROUK AMR ABDELHAKIM YASSIN
Classificação / Classification	-
Descritores / Descriptors	-
Colaborador(es) / Colaborator(s)	-
Data Hora / Date Time	01-08-2024 20:13:00
Formato de dados / Data Format	Texto / Text, PDF
Estatuto de utilização / Usage	Acesso público / Public Access
Relação / Relation	Versão 1,0
(c) Universidade Lusíada, 2024	