



UNIVERSIDADE LUSÍADA
LISBOA

Programa da Unidade Curricular
MARKETING

Ano Lectivo 2024/2025

1. Unidade Orgânica

Faculdade de Ciências da Economia e da Empresa

2. Curso

MARKETING

3. Ciclo

1º

4. Unidade Curricular

MARKETING (V1004)

5. Área Científica

6. Ano Curricular

1º

7. Tipo de Unidade Curricular / Semestre

1º Semestre



UNIVERSIDADE LUSÍADA
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 ECTS

6,00

10. Coordenador da Área Científica

11. Regente

Prof. Doutora ANA MARGARIDA DA SILVA BEBIANO BARRETO

12. Assistentes

13. Língua de Ensino

Português

14. Objetivos Gerais

Dar a conhecer os principais conceitos de Marketing, a sua evolução ao longo dos tempos e as suas principais ferramentas.

15. Objetivos Específicos

1. Conhecer os conceitos e fundamentos básicos do Marketing e familiarizar-se com o desenvolvimento estratégico das suas ações.
2. Desenvolver um plano de Marketing de um produto ou serviço.

16. Competências a adquirir

Dominar os conceitos globais de marketing e as respectivas ferramentas de análise.

Compreender a importância de trabalho em equipa, com desenvolvimento de trabalhos desenvolvidos em conjunto.

Desenvolver capacidades de análise crítica, com criatividade para propor soluções inovadoras.

17. Metodologia de Ensino

Cadeira teórica/prática, com recurso a método expositivo e demonstrativo com apresentação de case studies, realização de exercícios práticos (individualmente e/ou em grupo), visualização de vídeos e visitas de marketeers. O domínio do inglês revela-se imprescindível, visto que os case studies apresentados e a maior parte da bibliografia recomendada estão nesse idioma.



UNIVERSIDADE LUSÍADA
LISBOA

18. Conteúdos Programáticos

- Conceito de Marketing e a evolução da sua função
- O Mercado e a Análise Ambiental
- Marketing Mix
- Estratégias de Segmentação, Posicionamento e Targeting
- Marketing Relacional
- Planeamento de marketing

19. Métodos de Avaliação

Execução de trabalhos práticos;
Apresentação de trabalhos;
Participação nas aulas;
Testes de avaliação contínua.

20. Recursos Didáticos

Bibliografia recomendada.
Estudo de casos.
Exercícios práticos.
Apresentações em power point.

21. Objetivos de Sustentabilidade

1. Assegurar a igualdade de acesso à educação técnica, profissional e cultural de qualidade.
2. Aumentar substancialmente o número de jovens e adultos com habilitações relevantes, inclusive competências técnicas e profissionais, para emprego, trabalho decente e empreendedorismo.
3. Garantir a igualdade de oportunidades no ensino universitário, incluindo às pessoas em situação de vulnerabilidade.
4. Promover a desmaterialização do processo de ensino/aprendizagem de forma gradual.

22. Palavras Chave

Marketing



UNIVERSIDADE LUSÍADA
LISBOA

23. Bibliografia Principal

Autor(es): Brochand, B, and Lendrevie, J, V. Rodrigues, J, Dionísio, P,
Título: Mercator, Teoria e Prática do Marketing
Edição: Ano: 2013
Local: Lisboa
Editora: D. Quixote

Autor(es): Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller.
Título: Marketing management.
Edição: Ano: 2001
Local: Stuttgart
Editora: Verlag Schäffer-Poeschel

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 'MARKETING': Ano Lectivo 2024/2025
Autor / Author	Prof. Doutora ANA MARGARIDA DA SILVA BEBIANO BARRETO
Classificação / Classification	-
Descritores / Descriptors	-
Colaborador(es) / Colaborator(s)	-
Data Hora / Date Time	01-08-2024 17:30:00
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	