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

MARKETING

3. Ciclo

1º

4. Unidade Curricular

MARKETING (V1004)

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:	30,00
Orientação Tutorial:	20,00

9. Créditos ECTS

6,00

10. Coordenador da Área Cientifica

11. Regente

Prof. Doutora CHEROUK AMR ABDELHAKIM YASSIN

12. Assistentes

13. Língua de Ensino

Português

14. Objetivos Gerais

Para além dos conceitos e práticas tradicionais de marketing, os atuais profissionais de marketing adicionaram uma série de ferramentas inovadoras para envolver os consumidores, construir marcas e criar valor e relações com os clientes.
Os objectivos gerais deste curso é, de um modo geral, apresentar aos alunos os conceitos básicos e importantes do Marketing.

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

Aplicar modelo de STP em campanhas de marketing.
Identificar os diferentes tipos de Marketing.
Aplicar ferramentas de segmentação.
Interpretar indicadores de desempenho de mercado, e propor soluções inovadoras de posicionamento.
Avaliar estratégias de comunicação e produto.

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

Curso teórico-prático, com utilização de métodos expositivos e demonstrativos, com apresentação de estudos de caso, e exercícios práticos (individualmente e/ou em grupo).

18. Conteúdos Programáticos

Parte 1: Definir o Marketing e o Processo de Marketing
Parte 2: Compreender o Mercado e o Valor para o Consumidor
Parte 3: Criação de uma Estratégia e um Mix de Produtos Orientados para o Valor do Cliente
Parte 4: Expandir o Marketing

19. Métodos de Avaliação

Execução de trabalhos práticos em grupos;
Apresentação de trabalhos individuais;
Participação nas aulas;
2 Testes de avaliação contínua

20. Recursos Didáticos

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

21. Objetivos de Sustentabilidade

A UC contribui para os seguintes ODS:
ODS 4: Educação de Qualidade, ao promover competências críticas e éticas aplicadas ao comportamento do consumidor;
ODS 12: Consumo e Produção Responsáveis, ao incentivar padrões de consumo sustentáveis e a análise das suas implicações sociais, psicológicas e ambientais.

22. Palavras Chave

Marketing
Marketing
Segmentação
Posicionamento
Valor para o Cliente

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):	Brochand, B, and Lendrevie, J, V. Rodrigues, J, Dionísio, P,		
Título:	Mercator, Teoria e Prática do Marketing		
Edição:	1	Ano:	2013
Local:	Lisboa		
Editora:	D. Quixote		

Autor(es):	Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I.		
Título:	Marketing 5.0.: Technology for Humanity		
Edição:	1	Ano:	2021
Local:	USA		
Editora:	John Wiley and Sons. Inc.		

Autor(es):	Kottler and Armstrong		
Título:	Principles of Marketing		
Edição:	18	Ano:	2023
Local:	USA		
Editora:	Bookman		

24. Bibliografia Complementar

Autor(es):	Albrecht, M. G., Green, M., & Hoffman, L.		
Título:	Principles of marketing		
Edição:	1	Ano:	2023
Local:	USA		
Editora:	OpenStax		

Autor(es):	Tuten, Tracy, L.		
Título:	Principles of marketing for a digital age.		
Edição:	1	Ano:	2022
Local:	USA		
Editora:	Sage Publications		

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 'MARKETING': Ano Lectivo 2025/2026
Autor / Author	Prof. Doutora CHEROUK AMR ABDELHAKIM YASSIN
Classificação / Classification	-
Descritores / Descriptors	-
Colaborador(es) / Colaborator(s)	-
Data Hora / Date Time	26-06-2025 12:45:00
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