



UNIVERSIDADE LUSÍADA
LISBOA

Programa da Unidade Curricular
MARKETING

Ano Lectivo 2026/2027

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 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.



UNIVERSIDADE LUSÍADA
LISBOA

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

A avaliação contínua integra obrigatoriamente intervenções orais distribuídas ao longo do período letivo e um ponto escrito final, podendo ainda incluir trabalhos práticos de grupo e um teste escrito intermédio, nos termos definidos no respetivo Plano 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



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: 1 Ano: 2013
Local: Lisboa
Editora: D. Quixote
Codigo ISBN:

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.
Codigo ISBN:

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

24. Bibliografia Complementar

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

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



UNIVERSIDADE LUSÍADA
LISBOA

Ficha técnica MIP / MIP Datasheet	
Título / Title	Programa da unidade curricular 'MARKETING': Ano Lectivo 2026/2027
Autor / Author	Prof. Doutora CHEROUK AMR ABDELHAKIM YASSIN
Classificação / Classification	-
Descritores / Descriptors	-
Colaborador(es) / Colaborator(s)	-
Data Hora / Date Time	24/08/2026 20:32:00
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	