



UNIVERSIDADE LUSÍADA
LISBOA

Programa da Unidade Curricular
PROJECTO

Ano Lectivo 2025/2026

1. Unidade Orgânica

Faculdade de Ciências da Economia e da Empresa

2. Curso

MARKETING

3. Ciclo

1º

4. Unidade Curricular

PROJECTO (V1031)

5. Área Científica

6. Ano Curricular

3º

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:	30,00
Orientação Tutorial:	20,00

9. Créditos ECTS

6,00

10. Coordenador da Área Científica

11. Regente

Prof. Doutora MÓNICA MONTES MENDES ROCHA FERREIRA

12. Assistentes

13. Língua de Ensino

Português

14. Objetivos Gerais

Desenvolvimento de competências para promover a aprendizagem através da experiência prática, dotando os alunos com conhecimentos para utilizar as ferramentas teóricas sobre a preparação e avaliação de um projeto de marketing aplicado.

15. Objetivos Específicos

Interação com o mercado de trabalho. Aplicação do saber-saber ao saber-fazer.
Observação e reflexão sobre casos de estudo e projetos de empreendedorismo.

16. Competências a adquirir

Trabalho em equipa, tomada de decisões e desenvolvimento de relatórios.

17. Metodologia de Ensino

Para contribuir para a aquisição de competências serão utilizadas metodologias: Expositiva, Participativa e Auto aprendizagem.

18. Conteúdos Programáticos



UNIVERSIDADE LUSÍADA
LISBOA

0- A importância do plano de marketing no contexto do planeamento estratégico global

1- Papel do marketing na estrutura organizacional e na definição de estratégias empresariais.

2- Conceito de Plano de Marketing

Definição, objetivos e abrangência;

Fatores críticos para o sucesso na sua conceção e implementação.

Finalidades e vantagens da elaboração de um plano de marketing

Benefícios para a organização, a tomada de decisão e a monitorização de resultados.

Tipos e metodologias de planos de marketing

Modelos existentes e abordagens diferenciadas, conforme o setor, o mercado e os objetivos organizacionais.

Fases de desenvolvimento de um plano de marketing

Integração e coerência entre as diferentes fases do plano de marketing

A importância da articulação lógica e estratégica entre diagnóstico, objetivos, estratégias e ações.

3 - Desenvolvimento prático de um plano de marketing completo

Aplicação dos conteúdos na elaboração de um plano para um produto ou serviço, com base em dados reais ou simulados

19. Métodos de Avaliação

A avaliação da unidade curricular será feita de uma forma contínua através do seguinte conjunto de elementos:

- Assiduidade e participação nas aulas;

- 1 Trabalho de grupo - Plano de marketing orientado para uma empresa real ou orientado para um projeto empreendedor.

20. Recursos Didáticos

1. Livros recomendados (Bibliografia)
2. Diapositivos partilhados pelo docente
3. Estudos de Casos

21. Objetivos de Sustentabilidade

Construir um olhar crítico e informado sobre a necessidade de estruturação de projetos sustentáveis, ecológicos e responsáveis.

22. Palavras Chave

Marketing, Projeto de Marketing, Plano de Marketing, Planeamento, Estratégia, Empreendedorismo.



UNIVERSIDADE LUSÍADA
LISBOA

23. Bibliografia Principal

Autor(es): Pedro Dionísio, João Guerreiro, Hugo Faria, Vicente Rodrigues e Rogério Canhoto
Título: AI_INOVATOR Marketing na era da Inteligência Artificial e da Sustentabilidade ? Gen AI e ESG
Edição: Ano: 2025
Local: Lisboa
Editora: Bertrand
Codigo ISBN: 9789722548250

Autor(es): WESTWOOD, John
Título: How to write a marketing plan
Edição: 4th Ano: 2018
Local: London
Editora: Kogan Page Publishers
Codigo ISBN:

Autor(es): Baynast, A., Lendrevie, J., Lévy, J., Dionísio, P., Rodrigues, J.V
Título: Mercator. O marketing na era digital
Edição: 18 Ano: 2023
Local: Lisboa
Editora: Bertrand
Codigo ISBN: 9781292449364

24. Bibliografia Complementar

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

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



UNIVERSIDADE LUSÍADA
LISBOA

Código ISBN:

Ficha técnica MIP / MIP Datasheet	
Título / Title	Programa da unidade curricular 'PROJECTO': 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 19:12:00
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	