



di

UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

Universidade Lusíada de Lisboa

Faculdade de Ciências Humanas e Sociais

Licenciatura em Psicologia

Mercado e Publicidade

4º Ano – 2º Semestre

Ano lectivo 2006/2007

Regente: Prof. Doutor Carlos Barracho

Assistente: Mestre Luís Martínez

Carga horária: 2h teóricas + 1h teórico-prática + 2h práticas semanais

ECTS: 6

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 • <http://www.lis.ulusiada.pt>





UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

OBJECTIVOS

- Proporcionar ao aluno uma visão introdutória mas sistemática sobre o Marketing, considerando as suas diversas vertentes (estudos de mercado, estratégia, segmentação, marketing-mix, entre outras)
- Facultar uma linguagem e um entendimento dos actos, que facilitem a integração futura dos alunos em locais onde a actividade de Marketing seja prática corrente
- Enquadrar o Marketing como uma actividade incompleta, se não forem tomados em consideração os aspectos éticos, as metodologias de análise até à acção sobre os consumidores e as áreas da gestão comercial, onde a dimensão estética é importante

METODOLOGIA

- Exposição participada de conceitos e modelos de Marketing
- Apresentação / discussão de *case-studies*, pressupondo a leitura prévia dos mesmos por parte dos alunos

PROGRAMA

1. CONCEITOS INTRODUTÓRIOS DE MARKETING

- Definições e filosofia subjacente
- Funções de Marketing

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 • <http://www.lis.ulusiada.pt>





UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

2. O AMBIENTE DE MARKETING

- Análise do mercado e da concorrência
- Processo de formulação de estratégias (modelos de Porter, BCG e McKinsey)
- Noções de comportamento do consumidor

3. ABORDAGEM STP

- Segmentação
- Targeting
- Posicionamento
- Introdução ao Marketing-mix

4. PRODUTO

- Produto e oferta de Marketing
- Ciclo de vida
- Desenvolvimento de novos produtos
- Serviços

5. PRICING

- Estabelecimento do preço
- Métodos de pricing
- Ajustamentos

6. COMUNICAÇÃO

- Elementos de comunicação
- Publicidade

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 • <http://www.lis.ulusiada.pt>





UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

- Promoções
- Relações públicas
- Força de vendas
- Marketing directo
- Comunicação de Marketing integrada

7. DISTRIBUIÇÃO

- Canais de distribuição
- Estratégias de distribuição

8. TÓPICOS ADICIONAIS

- Marketing Research
- Gestão da Marca
- Ética e responsabilidade social
- Breve referência ao Plano de Marketing

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 • <http://www.lis.ulusiada.pt>





UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

BIBLIOGRAFIA

OBRIGATÓRIA

- Aaker, D.; Kumar, V. & Day, G. (2003). *Marketing Research (8th ed.)*. New Jersey: John Wiley & Sons
- Cunha, M. P., Duarte, M., O'Shaughnessy, N. & Marcelino, A. R. (2004). *Marketing: Conceitos e Casos Portugueses*. Lisboa: Escolar editora
- Kotler, P., Wong, V., Saunders, J. & Armstrong, G. (2005). *Principles of Marketing – European Edition (4th ed.)*. Essex: Pearson Education Limited

COMPLEMENTAR

- Aaker, D. (2002). *Building Strong Brands*. Simon and Schuster.
- Casielles, R. V. & Gutierrez, J.A.T. (2002). *Marketing: Estrategias y aplicaciones sectoriales*. Editorial Civitas
- Chakrapani, C. (2004). *Statistics in Market Research*. London: Arnold
- Ogilvy, D. (1987). *Ogilvy on Advertising*. NY: Random House
- Olins, W. (2004). *Wally Olins on brand*. Thames and Hudson Ltd.
- Porter, M. E. (2004). *Competitive advantage*. NY: Free Press
- Porter, M. E. (2004). *Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors*. NY: Free Press
- Pricken, M. (2004). *Creative Advertising: Ideas and techniques from the world's best campaigns*. Thames and Hudson Ltd.
- Wilson, A. (2003). *Marketing Research: An Integrated Approach*. Essex: Pearson Education Limite.

af Barado

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 • <http://www.lis.ulusiada.pt>

