



UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

Programa de Unidade Curricular

- Ano Lectivo 2007/2008 -

Faculdade

Ciências da Economia e da Empresa

Licenciatura

Gestão de Empresas

Unidade Curricular

Complementos de Marketing

Ano: 3º

Tipo: 2º Semestre

Nº ECTS: 6

Regente

Prof. Doutor Fernando Martins Vicente Nascimento

Assistente

Mestre Eng. Fernando Jorge Mendonça Mota

Carga Horária Lectiva Semanal

Aulas Teóricas: -

Aulas Teórico-práticas: 2

Orientação Tutorial: 1

Língua de Ensino

Português

Objectivos Gerais

Ministrar conceitos fundamentais a nível introdutório de Marketing.

Objectivos Específicos

Ser capaz de formular estratégias de Marketing nas áreas de desenvolvimento e de gestão de produtos e de serviços, pricing, canais de distribuição, comunicação e branding.

Competências a adquirir

Realização do plano de Marketing (2ª Parte - Estratégias de Marketing)



UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

Metodologia de Ensino

Aulas teórico práticas e aulas práticas, discussão de casos e apresentação de blocos do plano de marketing.

Programa da Unidade Curricular / Conteúdo programático

Apresentação da disciplina
Novos produtos
Gestão de produto
Gestão de qualidade
Gestão de preço
Gestão de serviços
Distribuição
Comunicação
Marcas
Internacionalização
Síntese da matéria dada.
Revisões da matéria dada.

Bibliografia Principal

Autor(es)

Kotler, Phillip; Lane, Kevin.

Título

Marketing Management

Edição

12e

Local

New Jersey

Editora

Pearson, Prentice Hall

Ano

2006

Autor(es)

Lehmann, Donald R. and Winer, Russel

Título

Analysis for Marketing Planning,



N.

UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

Edição

5 Ed.

Local

New York

Editora

Irwin

Ano

2002

Bibliografia Complementar

Autor(es)

Título

Edição

Local

Editora

Ano

Autor(es)

Título

Edição

Local



UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

Editora

Ano

Metodologia de Avaliação Contínua / Elementos relevantes

Participação e intervenções nas aulas e até três apresentações de blocos do plano de Marketing:

Recursos Didáticos

Apresentações em Power Point, Casos de gestão e Videogramas.

Palavras-chave

Marketing, Plano, Marketing Mix, Novos produtos.