



UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

Programa de Unidade Curricular

- Ano Lectivo 2007/2008 -

Faculdade

Ciências da Economia e da Empresa

Licenciatura

Marketing e Publicidade

Unidade Curricular

Marketing

Ano: 1º

Tipo: 1º Semestre

Nº ECTS: 6

Regente

Mestre Eng. Fernando Jorge Mendonça Mota

Assistente

Mestre Maria Helena Godinho Costa Faveiro

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 análise de Marketing.

Objectivos Específicos

Ser capaz de realizar análises de ambiente, sector, competição, cliente e de posicionamento.

Competências a adquirir

Realização do plano de Marketing (1ª Parte - Análise da situação)



UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

Metodologia de Ensino

Aulas teóricas, discussão de casos e apresentação de blocos do plano de marketing.

Programa da Unidade Curricular / Conteúdo programático

Apresentação da disciplina.
Marketing em Portugal - Uma visão histórica.
Marketing, o que é? Uma visão conceptual da disciplina.
Plano de Marketing – Uma visão operacional da disciplina.
Análise do sector
Análise de competição
Análise do cliente
Posicionamento
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,

Edição

2 Ed.



UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

W.

Local

New York

Editora

Irwin

Ano

1991

Bibliografia Complementar

Autor(es)

Título

Edição

Local

Editora

Ano

Autor(es)

Título

Edição

Local

Editora



UNIVERSIDADE LUSÍADA DE LISBOA

Ano

Metodologia de Avaliação Contínua / Elementos relevantes

Os alunos farão três apresentações de blocos do plano de Marketing: Tema, Análises ambiental, sector e competição, e cliente.

Recursos Didáticos

Apresentações em Power Point, Casos de gestão e Videogramas.

Palavras-chave

Marketing, Plano, Análise, Introdução.