

Unidade Curricular	Marketing e Estratégia para Negócios	Área Científica	Marketing e Publicidade
CTeSP em	Administração e Negócios	Escola	Escola Superior de Comunicação, Administração e Turismo de Mirandela
Ano Letivo	2023/2024	Ano Curricular	1
Tipo	Semestral	Semestre	2
Nível	0-1	Créditos ECTS	6.0
Código	4078-589-1006-00-23		
Horas totais de trabalho	162	Horas de Contacto	T - - TP 60 PL - - TC - - S - - E - - OT - - O - -

T - Ensino Teórico; TP - Teórico Prático; PL - Prático e Laboratorial; TC - Trabalho de Campo; S - Seminário; E - Estágio; OT - Orientação Tutoria; O - Outra

Nome(s) do(s) docente(s) Carlos Alberto de Mesquita Pinto Bessa

Resultados da aprendizagem e competências

No fim da unidade curricular o aluno deve ser capaz de:

1. Compreender, relacionar e aplicar os princípios fundamentais do marketing e o seu âmbito de atuação (marketing de estudos, estratégico e operacional);
2. Compreender os conceitos relacionados com a estratégia empresarial;
3. Reconhecer e enquadrar o marketing estratégico na estratégia e política da organização;
4. Definir o negócio de atuação, a visão, a missão, os objetivos e as estratégias organizacionais;
5. Identificar e aplicar as diferentes fases do processo de análise, formulação e implementação estratégica;
6. Descrever e aplicar o processo de marketing estratégico e as suas principais fases;
7. Construir, estruturar e implementar planos de marketing;
8. Enquadrar o quadro conceptual da tomada de decisão em marketing.

Pré-requisitos

Antes da unidade curricular o aluno deve ser capaz de:
Não aplicável.

Conteúdo da unidade curricular

1. Introdução ao marketing e à sua história; 2. Fundamentos do marketing estratégico; 3. A análise estratégica; 4. Formulação estratégica; 5. O plano de marketing estratégico.

Conteúdo da unidade curricular (versão detalhada)

1. Introdução ao marketing e à sua história
 - Conceitos essenciais
 - Evolução histórica
 - Funções do marketing
 - A organização de marketing
 - Enquadramento institucional e profissional
2. Fundamentos do marketing estratégico
3. A análise estratégica
 - Análise da indústria e da concorrência
 - Análise da competitividade
 - Benchmarking estratégico
 - Segmentação estratégica de mercados
4. Formulação estratégica
 - Definição de objetivos estratégicos
 - Posicionamento
 - Estratégias competitivas
 - Estratégias de crescimento
5. O plano de marketing estratégico
 - Decisões estratégicas dos produtos
 - Decisões estratégicas de preço
 - Decisões estratégicas de comunicação
 - Decisões estratégicas de distribuição

Bibliografia recomendada

1. Baynast, A., Lendrevie, J., Lindon, Lévy, J., Dionísio, P., & Rodrigues, V. (2021). Mercator 25 Anos – O Marketing na Era Digital (18.ª edição atualizada). Dom Quixote.
2. Ferreira, B., Marques, H., Caetano, J., Rasquilha, L., Rodrigues, M. (2020). Fundamentos de Marketing (3.ª ed.). Edições Silabo.
3. Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). Principles of Marketing (18th Edition). Pearson Publisher.
4. Mações, M. (2020). Marketing Estratégico. Coimbra: Conjuntura Actual Editora.
5. Perreault, W., Cannon, J., & McCarthy, E. J. (2021). Essentials of Marketing: a Marketing strategy planning approach (17th ed.). McGraw-Hill/Irwin.

Métodos de ensino e de aprendizagem

Como metodologias de ensino são utilizadas Metodologias Ativas, definidas como o conjunto de atividades que consiste em envolver o estudante no processo de aprendizagem. A partir de conteúdos disponibilizados é incentivada a discussão fundamentada e a participação cruzada, recorrendo a Storytelling e Reverse Storytelling.

Alternativas de avaliação

1. Avaliação contínua - (Ordinário, Trabalhador) (Final)
 - Trabalhos Práticos - 50% (Plano de Marketing)
 - Prova Intercalar Escrita - 50% (Realização de prova escrita, com toda a matéria lecionada no semestre e nota mínima de 7 valores.)
2. Avaliação Final - (Ordinário, Trabalhador) (Final, Recurso, Especial)
 - Exame Final Escrito - 100% (Realização de um exame escrito com toda a matéria lecionada durante o semestre letivo.)
3. Alunos em mobilidade - (Ordinário) (Final, Recurso, Especial)
 - Exame Final Escrito - 100% (os alunos poderão escolher a avaliação contínua.)

Língua em que é ministrada

Português, com apoio em inglês para alunos estrangeiros

Validação Eletrónica

Carlos Alberto de Mesquita Pinto Bessa	Maria Patrocínia Correia Ferreira Sobrinho Correia	Catarina Alexandra Alves Fernandes	Luisa Margarida Barata Lopes
17-04-2024	17-04-2024	17-04-2024	17-04-2024