ESCOLA SUPERIOR DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
INSTITUTO POLITÉCNICO DE LISBOA

Ficha de Unidade Curricular

Inválido para efeitos de certificação

DESIGNAÇÃO DA UNIDADE CURRICULAR:

Marketing Estratégico

DESIGNATION OF CURRICULAR UNIT:

Strategic Marketing

SIGLA DA ÁREA CIENTÍFICA EM QUE SE INSERE / SCIENTIFIC AREA ACRONYM

EPM

DURAÇÃO / DURATION (Anual, Semestral)

Semestral

HORAS DE TRABALHO / WORK HOURS (número total de horas)

135 H

HORAS DE CONTACTO / CONTACT HOURS (discriminadas por tipo de metodologia adotado - T - Teórico; TP - Teórico-prático; PL - Prático e laboratorial; S- Seminário; OT - orientação tutorial)

T:15; TP=30

ESCOLA SUPERIOR DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
INSTITUTO POLITÉCNICO DE LISBOA

ECTS

5

OBSERVAÇÕES (assinalar sempre que a UC seja optativa)

OBSERVATIONS

DOCENTE RESPONSÁVEL E RESPETIVA CARGA LETIVA NA UNIDADE CURRICULAR (PREENCHER O NOME COMPLETO):

Ana Teresa Martins Machado: 0 H

RESPONSIBLE ACADEMIC STAFF MEMBER AND LECTURING LOAD IN THE CURRICULAR UNIT (FILL IN THE FULLNAME):

Ana Teresa Martins Machado: 0 H

OUTROS DOCENTES E RESPETIVAS CARGAS LETIVAS NA UNIDADE CURRICULAR (PREENCHER O NOME COMPLETO):

Henrique José Rodrigues da Luz e Silva; 45 H

OTHER ACADEMIC STAFF AND LECTURING LOAD IN THE CURRICULAR UNIT:

Henrique José Rodrigues da Luz e Silva: 45 H

OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM (CONHECIMENTOS, APTIDÕES E COMPETÊNCIAS A DESENVOLVER PELOS ESTUDANTES):

Esta unidade curricular pretende aprofundar os conceitos e variáveis-chave do Marketing Estratégico e aperfeiçoar a utilização de metodologias de análise, tomada de decisão, formulação estratégica.

No final da unidade curricular o aluno deverá:

- Ter competências aprofundadas ao nível da formulação estratégica em Marketing;

- Ter aperfeiçoadas as capacidades analíticas;

- Ter desenvolvidas aptidões em termos de diagnóstico e tomada de decisão em Marketing

LEARNING OUTCOMES OF THE CURRICULAR UNIT:

This course aims to deepen the concepts and key variables of Strategic Marketing and improve the use of analysis, decision-making and strategic formulation methodologies.

At the end of the course the student will:

- Have in-depth skills in terms of strategic formulation in Marketing;

- Have improved analytical skills;

- Have developed skills in terms of diagnosis and decision making in Marketing

CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS:

1. Contextualização do Marketing/Conceitos-chave

2. Formulação estratégica em marketing

3. Análise externa e interna

4- Diagnóstico (SWOT)

5 - Formulação Estratégica (SWOT Dinamica)

Inválido para efeito de certificação

SYLLABUS:

1. Contextualisation of Marketing/Key Concepts

2. Strategic formulation in marketing

3. External and Internal analysis

4- Diagnosis (SWOT)

5 - Strategic formulation (Dynamic SWOT)

DEMONSTRAÇÃO DA COERÊNCIA DOS CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS COM OS OBJETIVOS DA UNIDADE CURRICULAR:

Objetivo 1. Aprofundar os conceitos e variáveis-chave do Marketing Estratégico

1. Contextualização do Marketing/Conceitos-chave

2. Formulação estratégica em marketing

Objectivo 2. Aperfeiçoar a utilização demetodologias de análise

3. Análise externa e interna

4- Diagnóstico (SWOT)

Objectivo 3. tomada de decisão, formulação estratégica

5 - Formulação Estratégica (SWOT Dinamica)

Inválido para efeitos de certificação

DEMONSTRATION OF THE SYLLABUS COHERENCE WITH THE CURRICULAR UNIT'S OBJECTIVES:

Objective 1. To deepen the concepts and key variables of Strategic Marketing

1. Contextualization of Marketing/Key Concepts

2. Strategic formulation in marketing

Objective 2. Improve the use of analysis methodologies

3. External and internal analysis

4- Diagnosis (SWOT)

Objective 3. decision making, strategic formulation

5 - Strategic Formulation (Dynamic SWOT)

METODOLOGIAS DE ENSINO (AVALIAÇÃO INCLUÍDA):

Aulas expositivas e aulas praticas de trabalho de grupo que visam a análise/diagnóstico de uma marca e respetiva formulação estratégica.

Sistema de avaliação contínua, que inclui:

Trabalho de Grupo 60% (todas as fases de avaliação obrigatórias, a não realização de uma das fases implica reprovação à UC)

Trabalho Individual: 40% (nota mínima 8 valores)

TEACHING METHODOLOGIES (INCLUDING EVALUATION):

Lectures and practical group work classes aimed at analysing or diagnosing a brand and its strategic formulation

Continuous assessment system. The assessment includes:

Teamwork 60% (all assessment phases are mandatory; the failure to complete one of the phases results in disapproval of the course unit)

Individual work: 40% (minimum grade 8)

Inválido para efeitos de certificação

ESCOLA SUPERIOR DE COMUNICAÇÃO SOCIAL INSTITUTO POLITÉCNICO DE LISBOA

DEMONSTRAÇÃO DA COERÊNCIA DAS METODOLOGIAS DE ENSINO COM OS OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM DA UNIDADE CURRICULAR:

Objectivo: Esta unidade curricular pretende aprofundar os conceitos e variáveis-chave do Marketing Estratégico e aperfeiçoar a utilização de metodologias de análise, tomada de decisão, formulação estratégica.

Aulas expositivas e aulas praticas de trabalho de grupo que visam a análise/diagnóstico de uma marca e respetiva formulação estratégica

DEMONSTRATION OF THE COHERENCE BETWEEN THE TEACHING METHODOLOGIES AND THE LEARNING OUTCOMES:

Objective: This course aims to deepen the concepts and key variables of Strategic Marketing and improve the use of analysis methodologies, decision making, strategic formulation.

Lectures and practical group work classes aimed at analyzing/diagnosing a brand and its strategic formulation.

BIBLIOGRAFIA PRINCIPAL:
MAIN BIBLIOGRAPHY:

Kotler, P., Keller, K., Manceau, D., & Hemonnet-Goujot, A. (2019). Marketing Management (16e édition)

Kotler, P., Armstrong, G. M., Harris, L. C., He, H. (2019). Principles of Marketing. Reino Unido: Pearson Education Limited.

Inválido para efeitos de certificação