



Ficha de Unidade Curricular

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

% HORAS DE CONTACTO A DISTÂNCIA / % REMOTE CONTACT HOURS

Sem horas de contacto à distância/No remote hours



ECTS

5

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

Ana Teresa Machado - 45 H

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

Ana Teresa Martins Machado - 45 H

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

NA

OTHER ACADEMIC STAFF AND LECTURING LOAD IN THE CURRICULAR UNIT:

NA

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 ambiente externo e ambiente interno
- 4- Diagnóstico (SWOT)
- 5 - Formulação Estratégica (SWOT Dinamica)

SYLLABUS:

1. Contextualisation of Marketing/Key Concepts
2. Strategic formulation in marketing
3. 4Cs Analysis (Context, Competition, Consumer, Company)
- 4- Diagnosis (SWOT)
- 5- Strategic formulation (Dynamic SWOT)

- 7 - Impact on Operational Variables (4Ps)



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 de metodologias de análise

3. Análise externa e análise interna

4- Diagnóstico (SWOT)

Objectivo 3. tomada de decisão, formulação estratégica

5 - Formulação Estratégica (SWOT Dinamica)

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:

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

TEACHING METHODOLOGIES:

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

AVALIAÇÃO

Sistema de avaliação contínua.

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)

EVALUATION

Continuous assessment system. The assessment includes:

Group Work 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)

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)*

Philip, K., Armstrong, G., & Opresnik, M. O. (2018). *Principles of marketing*. Pearson Education.

OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL (ODS) / SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS (SDGs)

4 - Garantir o acesso à educação inclusiva, de qualidade e equitativa, e promover oportunidades de aprendizagem ao longo da vida para todos / 4 - Ensure inclusive and equitable quality education and promote lifelong learning opportunities for all

OBSERVAÇÕES (assinalar sempre que a UC seja optativa)

OBSERVATIONS