

Mestrado em Ciências Empresariais

MARKETING



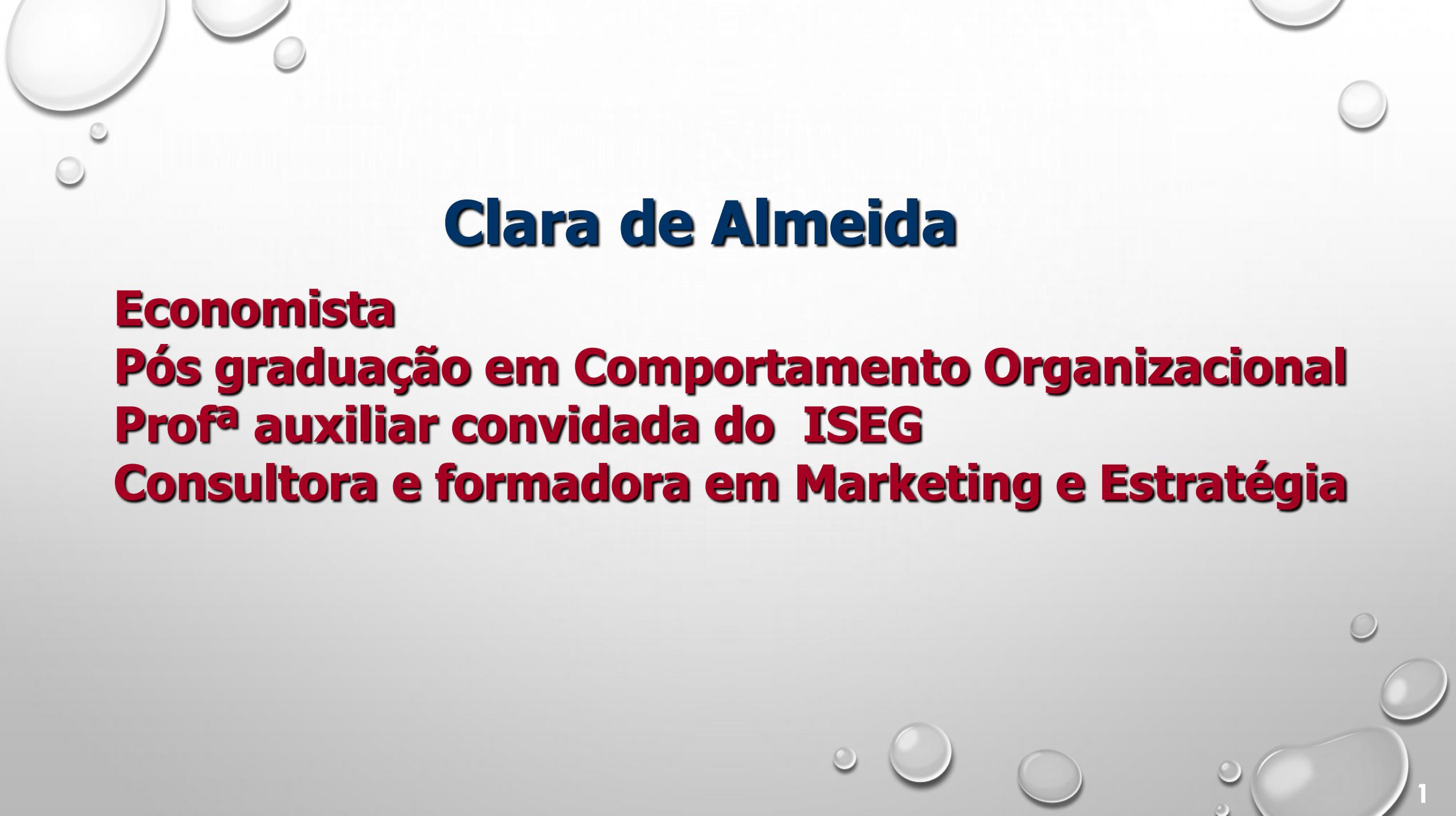
LISBON
SCHOOL OF
ECONOMICS &
MANAGEMENT
UNIVERSIDADE DE LISBOA

Clara de Almeida

AGENDA

AULA 1

- + APRESENTAÇÃO
- + PROGRAMA DA CADEIRA
- + MÉTODO DE AVALIAÇÃO
- + O CONCEITO DE MARKETING



Clara de Almeida

Economista

Pós graduação em Comportamento Organizacional

Prof^a auxiliar convidada do ISEG

Consultora e formadora em Marketing e Estratégia



CLARA DE ALMEIDA

claraalmeida@consultant.com

claradealmeida@iseg.ulisboa.pt

Gabinete 317 – Rua Miguel Lupi, nº20



OBJECTIVOS DA CADEIRA

OBJECTIVO GERAL

FORNECER UMA PERSPECTIVA AMPLA DA GESTÃO DE MARKETING

OBJECTIVOS ESPECÍFICOS:

- PROPORCIONAR CONHECIMENTOS SOBRE O ÂMBITO E CONTEÚDO DAS ACTIVIDADES DA GESTÃO DE MARKETING;
- DESENVOLVER CAPACIDADES DE ANÁLISE E TOMADA DE DECISÃO NAS VÁRIAS ÁREAS DA GESTÃO DE MARKETING;
- PROPORCIONAR OPORTUNIDADE DE COLOCAR EM PRÁTICA AS TÉCNICAS APRENDIDAS.

PROGRAMA DA CADEIRA

- + CONCEITO DE MARKETING
- + ESTRATÉGIAS DE MARKETING
- + O MARKETING MIX
- + PLANEAMENTO DE MARKETING

Conceito de Marketing

Estratégias de Marketing

O Marketing mix

Planeamento de Marketing

Conceito de Marketing

- ✚ **DESENVOLVIMENTO HISTÓRICO DO CONCEITO**
- ✚ **CONCEITOS CHAVE**
- ✚ **SISTEMA DE INFORMAÇÃO DE MARKETING**
- ✚ **ÉTICA E SUSTENTABILIDADE.**



Conceito de Marketing

Estratégias de Marketing



Estratégias de Marketing

- ✚ **SEGMENTAÇÃO E ESCOLHA DE SEGMENTOS ALVO**
- ✚ **POSICIONAMENTO.**



Conceito de Marketing

Estratégias de Marketing

O Marketing mix

O Marketing mix

- ✚ **CONCEITO DE PRODUTO E MARCA**
- ✚ **OS SERVIÇOS COMO PRODUTO EM MARKETING**
- ✚ **CONCEITOS BÁSICOS DE PREÇO E ESTRATÉGIAS DE *PRICING***
- ✚ **MIX DE COMUNICAÇÃO E COMUNICAÇÃO INTEGRADA**
- ✚ **A DISTRIBUIÇÃO: FORMAS E ESTRATÉGIAS.**

Conceito de Marketing

Estratégias de Marketing

O Marketing mix

Planeamento de Marketing



Planeamento de Marketing

- ✚ METODOLOGIAS DE ELABORAÇÃO DUM PLANO DE MARKETING
 - ✚ SUA APLICAÇÃO NA VIDA PRÁTICA.
- 

Conceito de Marketing

Estratégias de Marketing

O Marketing mix

Planeamento de Marketing

METODOLOGIA ?

- **APRESENTAÇÃO DOS CONCEITOS**
- **EXERCÍCIOS DE APLICAÇÃO.**

BIBLIOGRAFIA

PRINCIPLES OF MARKETING

Philip Kotler e Gary Armstrong

15ª edição / 16ª edição

Editora Pearson

SUPORTES ADICIONAIS DE ESTUDO

 **SLIDES DAS AULAS**

 **PEQUENO RESUMO DE MINHA AUTORIA.**

AGENDA

AULA 1

 **APRESENTAÇÃO**

 **PROGRAMA DA CADEIRA**

 **MÉTODO DE AVALIAÇÃO**

PROPOSTA DE AVALIAÇÃO

- ✚ **PROVA ESCRITA INDIVIDUAL NO FINAL DO SEMESTRE (70%)**
- ✚ **TRABALHO DE GRUPO (30%)**

AVALIAÇÃO

 **EM AMBAS AS DIMENSÕES A NOTA MÍNIMA É 8 VALORES**

AVALIAÇÃO ADICIONAL

 **COMMUNICATION SKILLS**

AVALIAÇÃO ADICIONAL COMMUNICATION SKILLS

+ ORAL

- + MENSAGENS CHAVE: CLAREZA, MATERIAIS DE APOIO E ORGANIZAÇÃO**
- + COMPORTAMENTO VERBAL: INTERAÇÃO, DICÇÃO, TOM DE VOZ**
- + COMPORTAMENTO NÃO VERBAL: POSTURA, GESTOS, CONTACTO VISUAL**

+ ESCRITA

- + LITERACIA: GRAMÁTICA, ORTOGRAFIA, PONTUAÇÃO**
- + ORGANIZAÇÃO: FOCO, ESTRUTURA, SEQUÊNCIA LÓGICA**
- + ESTILO: ESCOLHA DE PALAVRAS, CLAREZA, FLUIDEZ, CONCISÃO**

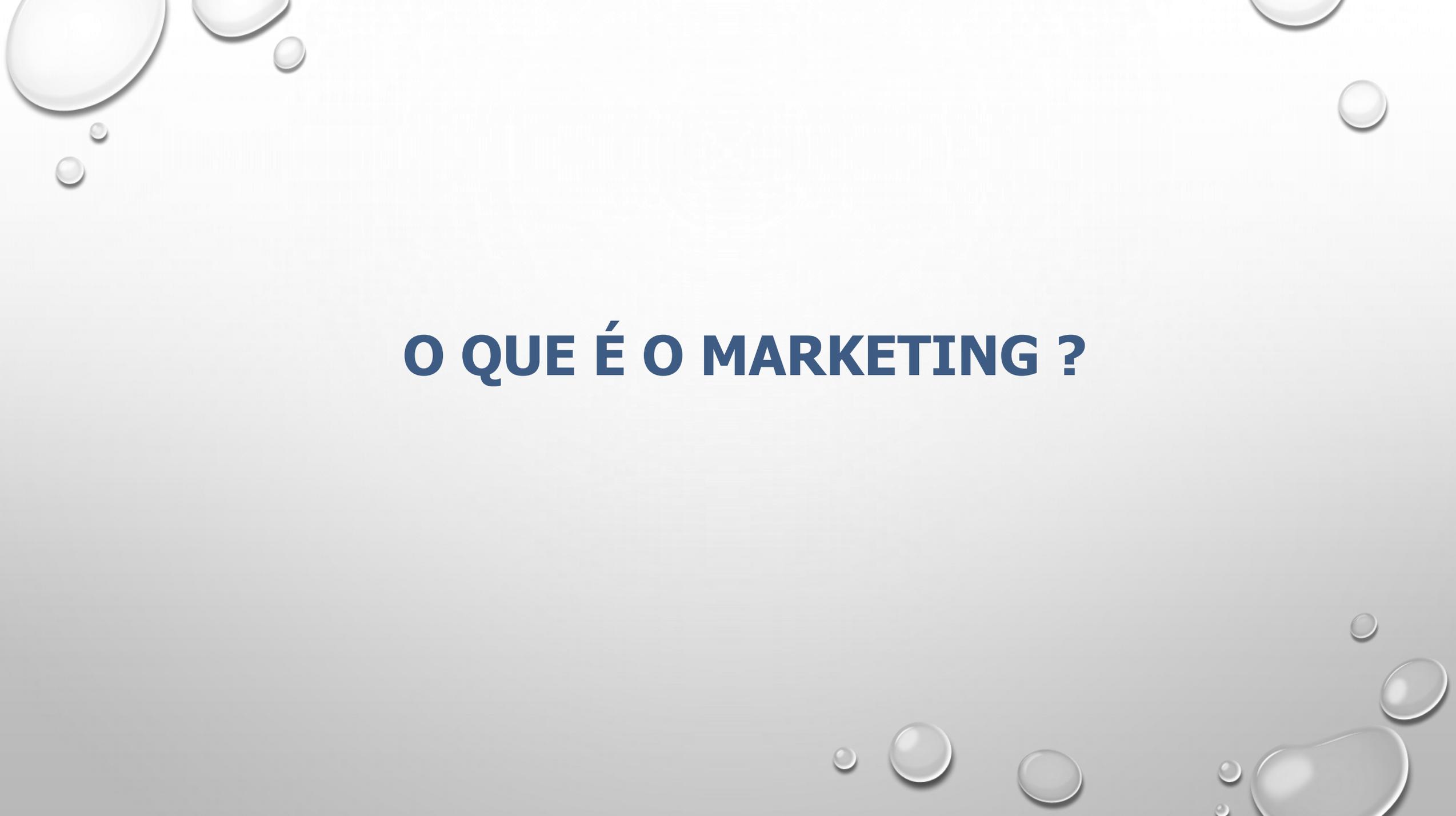
AGENDA

AULA 1

- + APRESENTAÇÃO**
- + PROGRAMA DA CADEIRA**
- + MÉTODO DE AVALIAÇÃO**
- + O CONCEITO DE MARKETING**



O QUE É O MARKETING ?





**O Marketing é uma
forma de olhar para
os negócios!!**