

Pós-Graduação em Gestão em Saúde

Pós-Graduação, 1º Ciclo

Plano: NI n.º 184|ESGT|IPT|2019

Ficha da Unidade Curricular: Seminários de Marketing

ECTS: 2; Horas - Totais: 54.0, Contacto e Tipologia, S:12.0;

Ano | Semestre: 1 | A

Tipo: Obrigatória; Interação: Presencial; Código: 20228

Área Científica: ,

Docente Responsável

Maria de Fátima Rodrigues Pedro

Professor Adjunto

Docente(s)

Oliva Maria Dourado Martins

Professor Adjunto Convidado

Objetivos de Aprendizagem

Visando contribuir para o desenvolvimento de competências na área do Marketing, nomeadamente relacionada com o Marketing na Saúde e Marketing Social, promovendo novas perspetivas de empregabilidade no setor da Saúde. O objetivo geral da aprendizagem é “desenvolver uma perspetiva teórico-prática.

Objetivos de Aprendizagem (detalhado)

1. Uma perspetiva teórico-prática do Marketing com um enfoque no método de case study.
2. Uma abordagem à gestão do marketing mix com um enfoque no papel crítico das marcas como instrumento de maior de agregação de valor à oferta em mercados fortemente competitivos.
3. Competências de apreciação crítica dos conceitos de comunicações em Marketing numa perspetiva integrada com os outros elementos do marketing mix.

Conteúdos Programáticos

- 1) O Marketing e sua evolução
- 2) Posicionamento, público-alvo e Segmentação de mercado
- 3) Marketing Mix
- 4) Marketing público e social
- 5) Marketing relacional
- 6) Marketing de serviços de saúde

Metodologias de avaliação

Pode ser realizada através de teste escrito, trabalho (a ser desenvolvido, apresentado e discutido em sala de aula) ou paper. A avaliação final abrangerá toda a matéria lecionada durante o semestre e corresponderá a 100% da avaliação. Nota mínima de (10) dez valores.

Avaliação por exame: Trabalho ou prova individual (Prova teórico-prática, individual, escrita), que aborde quer a componente teórica, quer a componente prática, a qual deriva da análise de um ou dois artigos científicos apresentados durante o período de avaliação contínua.

Software utilizado em aula

Não aplicável

Estágio

Não aplicável

Bibliografia recomendada

- Berkowitz , E. (2016). *Essentials of Health Care Marketing, Fourth Edition* . Jones & Bartlett Learning. EUA
- Dionisio, P. e , E. (2015). *Mercator da lingua portuguesa* . Publicações Dom Quixote. Lisboa
- Thomas, R. (2014). *Marketing Health Services* . AUPHA. EUA

Coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos

Se, por um lado, as aulas teóricas permitem expor conceitos basilares, as aulas práticas, tendo por base os estudos de caso/artigos científicos, permitem o desenvolvimento de capacidades analíticas. A participação nas aulas e a apresentação e defesa dos trabalhos permitem ao aluno o desenvolvimento de competências de comunicação orais e escritas.

Neste sentido, o papel moderador do professor possibilitará recentrar o papel do aluno como principal agente neste ciclo de estudos, promovendo um conhecimento mais profundo no que toca às funções de inovação e de planeamento no domínio do marketing. Para concretização dos objetivos de aprendizagem deste ciclo de estudos. É indispensável o contacto com estudos científicos na órbita do Marketing com incidência de trabalho sobre estudos de caso. Neste pecúlio, só o papel de facilitador de recursos do professor permitirá alcançar os objetivos de aprendizagem inicialmente avançados.

Os conteúdos têm como objetivo principal desenvolver a prática profissional através de uma metodologia de investigação e trabalho que permita ao aluno adaptar-se aos novos desafios do mercado, considerando a tecnologia e a comunicação como mais-valia. Integrando conteúdos e objetivos, a UC Seminário de Marketing tem como principal objetivo a análise, discussão e prática de conceitos e processos inerentes ao trabalho criativo do marketing em geral e do marketing da saúde em particular.

Metodologias de ensino

Aulas teóricas para expor conceitos basilares, associadas às aulas práticas, onde o professor desempenha um papel de moderador, colocando o aluno no centro da aprendizagem. E utilizar-se-á estudos de caso e artigos científicos.

Coerência das metodologias de ensino com os objetivos

A utilização de aulas teóricas e práticas e o papel moderador do professor permitem que o aluno conduza a sua própria aprendizagem, adaptando os conteúdos e desenvolvendo distintas formas de pensar. Esta metodologia é uma mais-valia para áreas comportamentais, em que o erro faz parte dos modelos preditivos.

Língua de ensino

Português

Pré-requisitos

Não aplicável

Programas Opcionais recomendados

Não aplicável

Observações

Docente responsável

Maria de Fátima
Rodrigues Pedro

Assinado de forma digital
por Maria de Fátima
Rodrigues Pedro
Dados: 2021.02.24 14:13:05 Z


