

O MARKETING  
NO CRESCENTE  
CONTEXTO DE

# digitalização

As competências digitais são cada vez mais necessárias no mundo actual e valorizadas pelas empresas. Na Universidade Portucalense, a oferta curricular está adaptada aos novos desafios que advêm da digitalização da economia





**A** crescente preocupação com a digitalização é um choque positivo, uma oportunidade a não perder, na procura por soluções de formação que assegurem a aquisição dos conhecimentos e competências necessários para iniciar ou aprofundar a digitalização dos negócios. As competências digitais não são um luxo nem uma opção. São uma necessidade, metaforicamente ao nível do saber ler e escrever.

A evolução tecnológica veio introduzir alterações de relevo na gestão dos negócios e na forma como os mesmos passaram a ser divulgados e promovidos. O marketing vem assumir um

papel de liderança nesta área e a procura por parte das empresas de profissionais com competências nestas áreas disparou. O cenário empresarial actual carece ainda de especialistas em operações de marketing, jornada do consumidor (cada vez mais omnicanal) e há uma queda do tradicional paradigma do marketing face às disrupções digitais cada vez mais crescentes e ao ritmo frenético de digitalização da economia. Muitas organizações já compreenderam que, para sobreviver, precisam de rever as suas estratégias, desde os processos de produção até às respectivas finanças e ao planeamento de marketing a adoptar.

Na área de especialização do Marketing, a Universidade Portucalense (UPT) conta com docentes com elevado grau de formação académica e empresarial, dotados de vasta experiência lectiva e de ligação ao mercado de trabalho nas diferentes áreas de actuação, nomeadamente na componente do marketing tradicional e digital.

A Universidade Portucalense mostra-se, assim, capaz de preparar profissionais aptos a exercer funções num leque muito diversificado de instituições – desde a banca e seguros até às PME industriais, passando por empresas de comunicação e consultoria – numa clara postura omnicanal, tão necessária em mercados que são cada vez mais complexos –, combinam experiências em lojas físicas com experiências no digital, apostando cada vez mais no uso de tecnologia e Inteligência Artificial.

## 1.º CICLO DE MARKETING DA UPT

De uma forma geral, entende-se o marketing como uma actividade crucial para qualquer organização, responsável por criar, comunicar, precificar e distribuir ofertas, na forma de produtos e serviços, que tenham valor para os clientes e para a sociedade em geral (accionistas, fornecedores, comunidades locais, concorrentes e governos). Esta capacidade de entender os indivíduos e as necessidades e desejos que estes precisam satisfazer para garantir a sua sobrevivência e bem-estar é crucial para que os bens e serviços adequados possam ser fornecidos em condições e nos locais ideais. Ao longo dos anos, o marketing enquanto área de gestão evoluiu no tempo e, actualmente, em plena fase 5.0, são inúmeros os desafios que se colocam às empresas. A tecnologia passou a fazer parte do dia-a-dia dos consumidores e o digital tem vindo a permitir uma maior capacidade de obtenção de informação sobre produtos e serviços e, cumulativamente, uma maior facilidade na sua aquisição.

O plano de estudos do 1.º Ciclo em Marketing da UPT envolve um conjunto diversificado de unidades curriculares, como sejam o comportamento do consumidor, tendências de consumo, marketing estratégico e operacional, gestão de marcas, laboratórios digitais, comércio electrónico, gestão internacional, marketing analítico, marketing intelligence, entre outras. Além disso, incorpora unidades curriculares de ciências empresariais relacionadas com a gestão: estratégia, inovação e empreendedorismo, gestão internacional e gestão de projectos. ▶





A licenciatura em Marketing tem por objectivo formar profissionais capazes de conciliarem a componente estratégica da gestão de marketing com uma eficaz implementação ao nível do marketing operacional, mediante o domínio e uso dos mais avançados modelos e tecnologias. Neste sentido, o ciclo de estudos tem uma tripla ambição: (i) formar profissionais com know-how especializado para o exercício de funções na área de Marketing, a par de uma consistente formação de base em Gestão; (ii) formar profissionais que se diferenciem pela capacidade de simultaneamente conceber e implementarem todas as acções de comunicação que dão vida à estratégia de marketing, de modo rápido e autónomo das agências de publicidade, design e comunicação; (iii) promover competências não só técnicas mas também comportamentais, através de unidades curriculares inovadoras, atendendo aos novos ambientes de mercado e consumo, onde a arte e o autoconhecimento potenciam a capacidade criativa e a busca do melhor desempenho possível.

Com a obrigatoriedade do estágio, oferece-se uma formação com uma forte ligação ao meio empresarial, que permite desenvolver novas competências adequadas a uma efectiva inserção no mercado de trabalho. Por outro lado, a unidade curricular de Simulação de Marketing desafia os alunos a desenvolverem projectos aliciantes na área, o que se revela como um importante factor diferenciador desta licenciatura.

O mundo actual impõe um diálogo permanente entre o mercado e o consumidor. A aferição permanente da performance da organização junto do mercado e do cliente é um eixo decisivo do sucesso empresarial na actualidade. Acompanhando a procura e as necessidades de mercado, a UPT visa crescer e dar continuidade à oferta na área de Marketing, quer ao nível da licenciatura, quer do mestrado. Além disso, procuramos permanentemente expandir as nossas parcerias e protocolos de estágio, a fim de gerar novas e sempre actuais oportunidades de emprego aos nossos estudantes.

## MESTRADO EM MARKETING E NEGÓCIOS DIGITAIS

O Mestrado em Marketing e Negócios Digitais da Universidade Portucalense complementa a formação inicial em Marketing proporcionada pelo 1.º Ciclo de Estudos em Marketing e prepara os estudantes para esta realidade “híbrida”: competências ao nível do marketing dito tradicional, combinadas com o digital e, desta forma, preparar futuros colaboradores para mercados que são cada vez mais exigentes, isto é, combinam ofertas e comunicam simultaneamente através de meios físicos (ex.: lojas) e digitais (ex.: redes sociais; marketplaces; Inteligência Artificial).

O Mestrado em Marketing e Negócios Digitais da Universidade Portucalense, com o seu enfoque não apenas no marketing e negócios digitais, mas na digitalização dos negócios, é o caminho para os profissionais ou empregadores que procurem ultrapassar os actuais desafios. Este 2.º ciclo de estudos tem uma tripla ambição: (i) formar profissionais com know-how es-



pecializado para o exercício de funções na área de Marketing, apoiado numa formação de base consistente na área de Gestão; (ii) formar profissionais que se diferenciem pela capacidade de implementarem estratégias inerentes ao marketing tradicional, combinando-as de forma consensual com estratégias de marketing e negócios digitais; e (iii) promover formação de futuros marketers capazes de agir em mercados cada vez mais maduros e competitivos, numa clara postura omnicanal e, desta forma, promovendo uma postura competitiva de qualquer empresa em que venham a colaborar e/ou criar.

Este mestrado destina-se a quem pretende adquirir ou reforçar conhecimentos de marketing e apostar numa área emergente, diferenciadora e com um potencial enorme de crescimento, quer em termos de criação de novos negócios, quer da necessidade de profissionais competentes e qualificados. A comunicação é feita através de ferramentas digitais de divulgação junto de empresas parceiras, e através de eventos, como o Roadshow de Mestrados.

O Mestrado em Marketing e Negócios Digitais tem sido capaz de acompanhar e antever as tendências em áreas relevantes, graças à sua ligação estreita com o mercado e com o que se passa no mundo do consumo e das empresas. A UPT tem convidado, anualmente, um conjunto alargado de profissionais que, em contexto de seminário ou prática laboratorial, trazem perspectivas e técnicas actualizadas. Além disso, tem mantido e aprofundado o programa On-The-Road, que aproxima os estudantes de empresas, desafiando-os a responder, ao longo do semestre, a questões práticas do interesse das mesmas. Este projecto é único, inovador e diferenciador no âmbito dos mestrados nacionais. De referir ainda a forte investigação que tem vindo a ser feita na universidade na área de Marketing, retalho e digital. Finalmente, a componente prática significativa do plano de estudos permite aos estudantes ajustar a sua formação aos seus interesses, expectativas e desafios profissionais. ■