



UNIVERSIDADE
PORTUCALENSE

DEPARTAMENTO
ECONOMIA E GESTÃO

upt.pt

licenciatura em

Marketing

COORDENAÇÃO.

lic.marketing@upt.pt

DURAÇÃO.

3 anos

ECTS.

180

REGIME.

diurno

PROVAS DE INGRESSO.

Uma das seguintes opções:

- . Matemática Aplicada às Ciências Sociais
- . Português
- . Português + Economia
- . Português + Geografia
- . Economia + Mat. Apl. Ciências Sociais
- . Economia + Geografia
- . Geografia + Mat. Apl. Ciências Sociais

DEFINIR ESTRATÉGIA. CONSTRUIR MARCAS. CRIAR VALOR.

A Licenciatura em Marketing prepara profissionais para conceber, implementar e acompanhar estratégias e ações de marketing em diferentes contextos organizacionais, respondendo de forma eficaz às exigências de um mercado dinâmico e competitivo.

COMPETÊNCIAS DESENVOLVIDAS

- . Conceção e implementação de estratégias de marketing
- . Análise de mercados e comportamento do consumidor
- . Gestão de marca, produto e comunicação
- . Planeamento e execução de campanhas de marketing
- . Utilização de ferramentas digitais e análise de dados
- . Gestão de clientes e relacionamento com o mercado

SAÍDAS PROFISSIONAIS

- . Departamentos de marketing de empresas
- . Empresas de comunicação, publicidade e consultoria
- . Banca e seguros
- . Estudos de mercado
- . Marketing digital
- . Gestão de marca e produto
- . Comunicação de marketing
- . Gestão de clientes

O FUTURO COMEÇA AQUI!

Com 40 anos de história, a Universidade Portucalense assegura uma formação académica de qualidade, preparando profissionais para criar valor, influenciar decisões e impulsionar marcas.

Analisar. Criar. Comunicar.

f @ in v



GABINETE DE INGRESSO.

email. ingresso@upt.pt

tl. +351 225 572 222/3

linha verde. 800 270 201

5 RAZÕES PARA ESTUDAR MARKETING NA UNIVERSIDADE PORTUGALENSE

. Formação orientada para impacto no negócio

Preparação para definir e executar estratégias que influenciam resultados e criam valor.

. Aprendizagem prática com aplicação real

Simulação de marketing e estágio curricular que garantem experiência diferenciadora.

. Ligação efetiva às empresas e ao mercado

Contacto direto com desafios reais, potenciando uma entrada mais rápida no mercado.

. Domínio das ferramentas e tendências digitais

Formação alinhada com dados, tecnologia e comportamento do consumidor.

. Elevada empregabilidade

Competências valorizadas em múltiplos setores e áreas de atuação.

PARCERIAS.



PLANO DE ESTUDOS

1.º ANO	1.º sem.	2.º sem.
1.º ANO	Fundamentos de Marketing . 5 ects	Multimédia . 5 ects
	Competências Comportamentais . 5 ects	Comportamento do Consumidor . 5 ects
	Introdução à Gestão . 5 ects	Criatividade e Inovação . 5 ects
	Princípios de Contabilidade . 5 ects	Gestão Financeira . 5 ects
	Economia da Empresa . 5 ects	Direito do Consumidor . 5 ects
2.º ANO	Direito da Concorrência . 5 ects	Metodologias de Investigação em Marketing . 5 ects
	Estudos de Mercado . 5 ects	Marketing de Serviços . 5 ects
	Análise de Dados em Marketing . 5 ects	Gestão de Produto e Preço . 5 ects
	Sistemas de Apoio à Decisão . 5 ects	Comunicação Integrada de Marketing . 5 ects
	Gestão Comercial . 5 ects	Distribuição e Merchandising . 5 ects
3.º ANO	Liderança e Gestão de Pessoas . 5 ects	Métodos Quantitativos . 5 ects
	Marketing Estratégico . 5 ects	Marketing Relacional . 5 ects
	Gestão de Marcas . 5 ects	Estágio . 10 ects
	Plano Operacional de Marketing . 5 ects	Gestão Estratégica . 5 ects
	Empreendedorismo . 5 ects	Marketing Social . 5 ects
Simulação de Marketing . 5 ects	Marketing em Negócios Internacionais . 5 ects	
Gestão das Operações . 5 ects	Opção I . 5 ects	
Marketing Digital . 5 ects		

Unidade curricular de Simulação: 135h de trabalho

Unidade curricular de Estágio: 270h de trabalho