	GUIA DE FUNCIONAMENTO DA UNIDADE CURRICULAR	MODELO PED.008.02
---	--	--------------------------

<i>Curso</i>	Mestrado em Marketing e Comunicação		<i>Ano letivo</i>	2021/2022			
<i>Unidade Curricular</i>	Marketing Social e Ambiental		<i>ECTS</i>	5			
<i>Regime</i>	Opcional						
<i>Ano</i>	1º	<i>Semestre</i>	2º	<i>Horas de trabalho globais</i>			
<i>Docente (s)</i>	A definir			<i>Total</i>	140	<i>Contacto</i>	45
<i>Coordenador</i>	PhD Amândio Baía						

GFUC previsto

1. OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

- Compreender a Importância e conceitos do marketing social e ambiental;
- Integrar este tipo o marketing social e ambiental sem conceito de marketing público e não lucrativo;
- Conhecer e Incentivar os valores de Responsabilidade Social e Ambiental portugueses;
- Dotar os alunos de competências para domínio de ferramentas específicas desta tipologia de marketing de modo a que possam elaborar planos de marketing social e ambiental.

2. CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS

1. A Responsabilidade Social e Ambiental da Empresa e o Marketing
 - 1.1. A importância do contributo da empresa social e suas consequências para o marketing
 - 1.2. Integração dos Interesses das diferentes partes da sociedade
Integração dos conceitos de marketing público e não lucrativo
 - 1.3. O papel da empresa como parceira e corresponsável pelo desenvolvimento social
2. Aplicação de conceitos e práticas do Marketing Social nos Processos de Gestão Empresarial
 - 2.1. O Plano de marketing social
 - 2.2. O mix de marketing social: Ps e causa
 - 2.3. Diferentes aplicações do marketing social (hospitalar ou de saúde; causas sociais)
3. O Marketing Ambiental ou Verde
 - 3.1. A preocupação da Integração ambiental na estratégia de marketing
 - 3.2. O consumidor verde e o seu processo de decisão de compra
 - 3.3. Estratégias de marketing verde
 - 3.4. O marketing mix verde

3. DEMONSTRAÇÃO DA COERÊNCIA DOS CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS COM OS OBJETIVOS DA UC

Os objetivos da unidade curricular remetem para a necessidade de apreensão e aprofundamento por parte dos alunos de conhecimentos abrangentes em Marketing Social e Ambiental, e são concretizados através dos diferentes conteúdos programáticos apresentados.

Pretende-se dotar os alunos de competências para domínio de ferramentas específicas desta tipologia de marketing de modo a que possam conceber, formular e implementar planos de marketing social e ambiental internos e institucionais.


4. BIBLIOGRAFIA

- Kotler, P e Lee, Nancy (2007). Marketing Social: Comportamentos que Influenciam for Good. 3 ed., Sage Publications, Inc., Reino Unido.
- Kotler, P.; Kartajaya, H.; & Setiawan, I. (2011) Marketing 3.0 – do Produto e do Consumidor até ao Espírito Santo. Actual Editora, Lisboa, Portugal.
- Kotler, P.; Kartajaya, H.; & Setiawan, I. (2017) Marketing 4.0-Mudança do tradicional para o digital. Actual Editora, Lisboa, Portugal.
- Kotler, Philip; Kartajaya, Hermawan e Setiawan, Iwan (2021). Marketing 5.0. Actual Editora, Lisboa, Portugal.
- Martin, Diane e Schouten, John (2021). Sustainable Marketing. Pearson Education Limited, R.U.
- Ottman, J. (2011). The New Rules of Green Marketing: Strategies, Tools, and Inspiration for Sustainable Branding. Greenleaf Pub., Sheffield, R.U.
- Paiva, T. e Proença, R. (2011). Marketing Verde. Actual Editora, Lisboa, Portugal.
- Pringle, Hamish; Thompson, Marjorie Thompson (2001). Marketing social: marketing para causas sociais e a construção das marcas. São Paulo: Makron Books.

5. METODOLOGIAS DE ENSINO (REGRAS DE AVALIAÇÃO)

Metodologias de Ensino:

- Método expositivo teórico-prático com utilização de meios audiovisuais;
- Estudos de casos;
- Realização de trabalho de campo;
- Utilização de tecnologias de informação para aprendizagem;
- Disponibilização de conteúdos em e-learning.

	GUIA DE FUNCIONAMENTO DA UNIDADE CURRICULAR	MODELO PED.008.02
---	--	------------------------------

Método de Avaliação:

-Avaliação contínua através da assiduidade e participação nas aulas e realização de trabalhos com apresentação e defesa.

6. DEMONSTRAÇÃO DA COERÊNCIA DAS METODOLOGIAS DE ENSINO COM OS OBJETIVOS DA UNIDADE CURRICULAR

Com as lições expositivas, os exemplos, dramatizações, e os estudos de casos pretende-se que os alunos compreendam a importância do Marketing Social e Ambiental. Com o trabalho de grupo, pretende-se que os alunos, aplicando algumas técnicas de pesquisa, desenvolvam investigação na área, definindo objetivos, metodologia e trabalho de campo.

7. REGIME DE ASSIDUIDADE

A definir

A COORDENAÇÃO DA ÁREA DISCIPLINAR

Prof. Doutor Amândio Baía

O DOCENTE

A Definir