

NOTA: o calendário poderá ter ajustamentos. Por favor confirme as datas com o calendário definitivo entregue no 1º dia do curso.

Módulo	Docente	Mês	Dia	Dia Semana	Horário	
Bloco I Criação de Valor para o Cliente: Conhecer, Medir e Gerir						
Abertura do Curso (1h)	Rita Coelho do Vale + Pedro Celeste	fevereiro	6	4ª feira	16h - 17h	
Comportamento do Consumidor e Segmentação: Oportunidades e Desafios (7h)	Rita Coelho do Vale		7	5ª feira	17h - 20h30	
			13	4ª feira	17h - 20h30	
			14	5ª feira	17h - 20h30	
Da Análise de Mercado ao Plano de Marketing (14h)	Pedro Celeste		20	4ª feira	17h - 20h30	
			21	5ª feira	17h - 20h30	
			27	4ª feira	17h - 18h30	
Marketing Research: In Search of Consumer Insights (7h) *	Fernando Machado		março	28	5ª feira	18h30 - 20h30
	Kyryl Lakishyk *			6	4ª feira	17h - 20h30
	Fernando Machado			7	5ª feira	17h - 20h30
Etnografia no Marketing (3,5h)	Diogo Teixeira	março	14	5ª feira	17h - 20h30	
Neuromarketing Relacional-Empresa (3,5h)	Isabel Azevedo		6	4ª feira	17h - 20h30	
Módulo Avaliação 1 - Simulação de Marketing (3,5h)	Rita Coelho do Vale + Pedro Celeste		7	5ª feira	17h - 20h30	
Bloco II Gestão das Marcas e Comunicação						
Brand Management (3,5h) *	Kyryl Lakishyk	março	20	4ª feira	17h - 20h30	
Comunicação de Marketing: A Visão Estratégica (3,5h)	Rita Torres Baptista		21	5ª feira	17h - 20h30	
Comunicação Below the Line: Trade Promotions (3,5h)	Paula Hortinha		27	4ª feira	17h - 20h30	
Ativação de Marca (3,5h)	Maria Estarreja		28	5ª feira	17h - 20h30	
Gestão da Comunicação com Clientes: Fidelizar e Atuar (3,5h)	Rosário Pinto Correia		3	4ª feira	17h - 20h30	
Negociação (3,5h)	João Matos	abril	4	5ª feira	17h - 20h30	
Coaching 1 - Projeto Final (2,5h)	Rita Coelho do Vale + Pedro Celeste		10	4ª feira	17h - 19h30	
Communication Skills (3,5h) *	David Patient		11	5ª feira	17h - 19h30	
Company Interaction 1: Innovative Insights In Branding and Communication **	Rita Coelho do Vale e/ou Pedro Celeste		29	2ª feira	dia completo	
			30	3ª feira	dia completo	
Self-Assessment (Bloco I e II)						
Bloco III Tendências e Ferramentas do Marketing Digital						
Marketing Digital (7h)	Ricardo Tomé	maio	6	2ª feira	17h - 20h30	
Marketing Digital - Ferramentas Práticas (3,5h)	Joana Santos Silva		8	4ª feira	17h - 20h30	
			9	5ª feira	17h - 20h30	
Mobile Marketing (3,5h)	Pedro Lobo		13	2ª feira	17h - 20h30	
Módulo Avaliação 2 - Gestão de Marcas, Comunicação e Digital (3,5h)	Rita Coelho do Vale + Pedro Celeste		14	3ª feira	17h - 20h30	
Bloco IV Gestão e Diferenciação da Oferta						
Métricas Comerciais e de Marketing (10,5h)	Pedro Celeste	maio	15	4ª feira	17h - 20h30	
Marketing de Serviços: Qualidade e Relacionamento com Clientes (7h)	Rita Coelho do Vale		22	4ª feira	17h - 20h30	
			23	5ª feira	17h - 20h30	
			29	4ª feira	17h - 20h30	
			30	5ª feira	17h - 20h30	
Coaching 2 - Projeto Final (2,5h)	Rita Coelho do Vale + Pedro Celeste	junho	5	4ª feira	17h - 19h30	
Gestão de Equipas Comerciais (3,5h)	Miguel Ângelo		6	5ª feira	17h - 20h30	
Gestão de Canais de Distribuição (3,5h)	Domingos Quaresma		18	3ª feira	17h - 20h30	
Gestão do Portfolio de Produtos (3,5h)	Alexandre Teixeira Lourenço		19	4ª feira	17h - 20h30	
Marketing B2B: Gestão de Clientes e Oportunidades (3,5h)	Gonçalo Salazar Leite		26	4ª feira	17h - 20h30	
Company Interaction 2: Innovative Insights In Distribution (3,5h) ***	Rita Coelho do Vale e/ou Pedro Celeste		27	5ª feira	16h30 - 20h	
Self-Assessment (Bloco III e IV)						
Seminário Final						
Marketing e os Ciclos Económicos: Novos Desafios (3,5h)	João Borges de Assunção	julho	1	2ª feira	17h - 20h30	
Projecto Final e Avaliação: Entrega e apresentação de Projecto de Curso (3,5h)	Rita Coelho do Vale + Pedro Celeste		2	3ª feira	17h - 20h30	
Sessão de Encerramento e Entrega de Diplomas		julho	5	6ª feira	a partir das 18h30	

* Sessão lecionada em inglês

** Esta sessão decorre fora das instalações da CATÓLICA-LISBON, em regime residencial

*** Esta sessão decorre fora das instalações da CATÓLICA-LISBON

Duração Total: 130 horas

Coordenadores:

Pedro Celeste - Doutoramento em Ciências Económicas e Empresariais pela Universidade Complutense de Madrid, Diplomado por Harvard Business School, Imperial College of London, Kellogg School of Management da Northwestern University de Chicago e IESE Business School de Barcelona. Mestre em Gestão e Estratégia Industrial pelo ISEG, Pós-Graduado em Estudos Europeus pela Universidade Católica Portuguesa. Diretor Geral da PC&A - Consultores de Marketing Estratégico. Membro do IMD World Competitiveness Yearbook 2018. Na Católica Lisbon School of Business & Economics é Diretor dos Executive Master in Management, PAME - Programa Avançado de Marketing para Executivos, o PGV - Programa de Gestão Comercial e Vendas, o PGMD - Programa de Gestão em Marketing Digital. Autor dos livros "52 Métricas de Marketing e Vendas", "Estratégias de Marketing - Colectânea de Casos Portugueses" e "Comunicação Empresarial". Coordena o Blogue Marketing Thoughts e é colaborador regular do Expresso, Exame, Dinheiro Vivo, Link to Leaders, Executiva e Revista Do it.

Rita Coelho do Vale - Doutorada em Marketing pela School of Economics and Management da Tilburg University (Holanda), MBA e Mestrado em Gestão de Empresas pela Faculdade de Economia-UNL onde se licenciou em Economia. Leciona atualmente na Universidade Católica cadeiras de Marketing de Serviços, Comportamento do Consumidor e Metodologias de Investigação, sendo Diretora Académica dos Programas de Licenciatura, Diretora do Executive Master in Management with a specialization in Strategic Marketing, Coordenadora do LERNE-Laboratory of Experimental Research in Economics and Management e Coordenadora do Programa Avançado de Marketing para Executivos (PAME). Os seus principais interesses de investigação são em torno de processos de decisão, self-regulation e o seu impacto em decisões de consumo, comportamentos por impulso, formatos de embalagens e marcas da distribuição (Private Labels).