

FICHA RESUMO DE UNIDADE CURRICULAR
ANO LETIVO DE 2019-2020

CURSO DE CSTP EM TERMALISMO E BEM-ESTAR

Unidade curricular:

Marketing e Saúde

Curricular Unit:

Marketing and Health

Objetivos da unidade curricular e competências a desenvolver (1000 carateres);

Conhecer o mercado da saúde em geral, e do Termalismo em particular.
Compreender as particularidades do sector da saúde e aplicar, a este, as principais variáveis do marketing.
Aplicar os conhecimentos teóricos a uma situação real e prática.

Objectives of the curricular unit and competences to be developed (1000 caracteres)

Know the market of health in general, and of the thermalism in particular.
Understand the particularities of the health sector and apply to it the main variables of marketing.
Apply theoretical knowledge to a real and practical situation.

Conteúdos programáticos (1000 carateres):

1. Mercado da Saúde.
 - 1.1 O marketing na saúde: importância e evolução.
2. Mercado do Termalismo e Bem Estar.
 - 2.1 Análise qualitativa e quantitativa.
 - 2.2 Principais tendências e evolução.
3. A análise SWOT em Saúde.
4. Especialidades dos Clientes no sector da Saúde.
5. Estratégias de atuação.
 - 5.1 Segmentação.
 - 5.2 Posicionamento.
 - 5.3 Targeting.
6. Definição de preços.
7. Termas.
8. Promoção.
 - 8.1 Legislação na promoção de produtos de saúde.
 - 8.2 Força de vendas e promoções.
9. Plano de marketing em empresas do sector da Saúde.
 - 9.1 Aplicação do marketing às termas e bem-estar.
10. O plano de marketing nas termas: particularidades.
 - 10.1 O papel do marketing nas termas.

Syllabus (1000 caracteres)

1. Health Market.
 - 1.1 Marketing in health: importance and evolution.
2. Health and Wellness Market.
 - 2.1 Qualitative and quantitative analysis.
 - 2.2 Main trends and developments.
3. The SWOT analysis in Health.
4. Client Specialties in the Health Sector.
5. Strategies for action.
 - 5.1. Segmentation.
 - 5.2. Positioning.
 - 5.3. Targeting.
6. Definition of prices.
7. Hot Springs.
8. Promotion.
 - 8.1. Legislation in the promotion of health products.
 - 8.2. Sales force and promotions.
9. Plan of marketing in companies of the Health sector.
 - 9.1 Application of marketing to health and wellness.
10. The marketing plan in the spa: particularities.
 - 10.1 The role of marketing in the hot springs.

Referências bibliográficas (máximo três títulos):

Ali, M. (2001). Marketing Eficaz (1ª ed). Porto: Editora Civilização.
Thomas, R.K.; (2004). Marketing Health Services. Health Administration Press. Chicago
Berkowitz, E.N.; (2006). Essentials of Health Care Marketing. Jones & Bartlett Pub. 2 Ed