

Unidade Curricular	Transformação Digital e Marketing	Área Científica	Marketing e Publicidade
	Pós-Graduação em Marketing Digital	Escola	Escola Superior de Comunicação, Administração e Turismo de Mirandela
Ano Letivo	2022/2023	Ano Curricular	1
Tipo	Semestral	Semestre	1
		Nível	
		Créditos ECTS	1.0
		Código	5068-787-1118-00-22
Horas totais de trabalho	27	Horas de Contacto	T - - TP - - PL - - TC - - S - - E - - OT - - O - -

T - Ensino Teórico; TP - Teórico Prático; PL - Prático e Laboratorial; TC - Trabalho de Campo; S - Seminário; E - Estágio; OT - Orientação Tutórica; O - Outra

Nome(s) do(s) docente(s) Ricardo Jorge Vieira Correia

Resultados da aprendizagem e competências

No fim da unidade curricular o aluno deve ser capaz de:

1. Compreender o contexto e a dinâmica do meio digital
2. Analisar o impacto da digitalização nos modelos de negócio
3. Identificar as principais tendências digitais e tecnológicas
4. Reconhecer estratégias para criar valor decorrente da transformação digital

Pré-requisitos

Antes da unidade curricular o aluno deve ser capaz de:
Não aplicável

Conteúdo da unidade curricular

- 1 - A Essência do Marketing
- 2 - Os 5 Princípios da Transformação Digital
- 3 - A Criação de Valor através do Digital
- 4 - Estratégias de Transformação Digital
- 5 - Tendências Digitais e Tecnológicas
- 6 - Case Studies de Transformação Digital

Conteúdo da unidade curricular (versão detalhada)

1. A Essência do Marketing
2. Os 5 Princípios da Transformação Digital
3. A Criação de Valor através do Digital
4. Estratégias de Transformação Digital
5. Tendências Digitais e Tecnológicas
6. Case Studies de Transformação Digital

Bibliografia recomendada

1. Diamandis, P., & Kotler, S. (2020). The Future Is Faster Than You Think: How Converging Technologies Are Transforming Business, Industries, and Our Lives. Simon & Schuster. ISBN: 978-1-9821-0966-0
2. Kingsnorth, S. (2022). Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing (3rd Ed.). Kogan Page. ISBN: 1398605972
3. Kotler P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). Marketing 5.0: Technology for Humanity. Wiley. ISBN: 978-1119668510
4. Rogers, D. L. (2016). The digital transformation playbook: Rethink your business for the digital age. Columbia University Press. ISBN: 978-0231175449

Métodos de ensino e de aprendizagem

Apresentação, debate e aplicação prática dos conteúdos programáticos lecionados.

Alternativas de avaliação

- Avaliação final - (Ordinário, Trabalhador) (Final, Recurso, Especial)
- Trabalhos Práticos - 100%

Língua em que é ministrada

Português, com apoio em inglês para alunos estrangeiros

Validação Eletrónica

Ricardo Jorge Vieira Correia	Elisabete da Anunciacao Paulo Morais	Sonia Paula da Silva Nogueira
03-07-2023	04-07-2023	04-07-2023