

Unidade Curricular	Economia Digital	Área Científica	-
	Pós-Graduação em AgroBusiness	Escola	Escola Superior de Tecnologia e de Gestão de Bragança
Ano Letivo	2022/2023	Ano Curricular	1
Tipo	Semestral	Semestre	1
		Nível	
		Créditos ECTS	2.0
		Código	5063-749-1106-00-22
Horas totais de trabalho	54	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 Tutoria; O - Outra

Nome(s) do(s) docente(s) Isabel Maria Lopes

Resultados da aprendizagem e competências

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

1. Entender a Economia Digital
2. Compreender a transformação digital no agrobusiness
3. Identificar os modelos de negócio em mercados digitais
4. Entender Analytics e inteligência artificial
5. Entender os benefícios do Marketing digital

Pré-requisitos

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

Conteúdo da unidade curricular

A economia digital tem desempenhado um papel significativo no setor agrobusiness, trazendo inovação, eficiência e oportunidades de crescimento. A transformação digital no agrobusiness, os modelos de negócio em mercados digitais, a analytics e inteligência artificial e o Marketing digital são temas aos quais é necessário dar ênfase.

Conteúdo da unidade curricular (versão detalhada)

1. A transformação digital no agrobusiness:
 - Conectividade e IoT (Internet das Coisas)
 - Plataformas de comércio eletrónico
 - Big data e análise de dados
 - Agricultura de precisão
 - Blockchain e rastreabilidade
2. Modelos de negócio em mercados digitais:
 - E-commerce de produtos agrícolas
 - Marketplaces agrícolas
 - Plataformas de logística e distribuição
 - Agrotech
 - Serviços de consultoria online
3. Analytics e inteligência artificial:
 - Previsão de colheitas
 - Monitoramento de culturas e saúde vegetal
 - Otimização do uso de fertilizantes
 - Gestão de rebanhos e pecuária
 - Comércio e logística
4. Marketing digital:
 - Tendências do Marketing digital
 - Marketing de conteúdo
 - Sistemas de CRM (Customer Relationship Management)
 - Ferramentas de marketing digital
 - Organização de uma campanha de marketing multicanal
 - Marketing Datasets

Bibliografia recomendada

1. Rodrigues, T. (2023). Tecnologia e IA na Agricultura: Avanços, Impacto e Oportunidade, Kindle Edition.
2. Cortez, R. (2022). Aprenda a vender com Marketing Digital, Ego Editora
3. Faustino, V. (2019). Marketing Digital na prática, Edições Marcador.
4. Marques, V. (2022). Marketing Digital da A a Z, 3ª edição, Digital 360.

Métodos de ensino e de aprendizagem

A Unidade Curricular será lecionada com recurso a aulas expositivas e execução de um trabalho prático dentro das temáticas abordadas.

Alternativas de avaliação

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

Língua em que é ministrada

Português

Validação Eletrónica

Isabel Maria Lopes	António Borges Fernandes	José Carlos Rufino Amaro
19-06-2023	21-06-2023	21-06-2023