

Unidade Curricular	Marketing Digital	Área Científica	Audiovisuais e Produção dos Média		
Licenciatura em	Marketing	Escola	Escola Superior de Comunicação, Administração e Turismo de Mirandela		
Ano Letivo	2023/2024	Ano Curricular	3	Nível	1-3
Tipo	Semestral	Semestre	1	Créditos ECTS	6.0
Horas totais de trabalho		162		Horas de Contacto	
		T	-	TP	60
		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) **Arlindo Costa dos Santos**

Resultados da aprendizagem e competências

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

1. Compreender o novo contexto, os desafios, vantagens e riscos associados a uma estratégia digital da organização nos mercados interno e global.
2. Conhecer os fundamentos do e-commerce e do e-business e como implantar um negócio na Internet.
3. Conhecer e aplicar os conceitos, técnicas, estratégias de marketing no contexto digital, por meio da identificação das melhores práticas.
4. Conhecer e usar as ferramentas, serviços e outros instrumentos tecnológicos no contexto da Internet de apoio à implementação de ações de marketing.
5. Desenvolver competências para executar as diferentes fases de um plano de marketing digital.

Pré-requisitos

Antes da unidade curricular o aluno deve ser capaz de:

1. Literacia informática na ótica do utilizador avançado.
2. Conhecimentos fundamentais de marketing.

Conteúdo da unidade curricular

Ambiente digital, E-Commerce e E-Business, Tópicos de marketing digital, Plano de marketing digital.

Conteúdo da unidade curricular (versão detalhada)

1. Ambiente digital
 - O novo contexto do utilizador
 - Evolução tecnológica: passado, presente e futuro
 - Ferramentas, canais e dispositivos de acesso
 - Conceitos da nova era digital que acrescentam valor ao marketeero
2. E-Commerce e E-Business
 - Enquadramento
 - Tipologias de comércio eletrónico
 - Conceitos envolvidos no comércio eletrónico
 - Questões associadas à implantação de um negócio na Internet
3. Tópicos de marketing digital
 - Search engine marketing
 - Marketing de conteúdo
 - Social media marketing
 - E-mail marketing
 - Mobile marketing
 - Publicidade online.
 - Marketing de afiliados
 - Monitoramento e web analytics
 - Marketing local
4. Plano de marketing digital
 - Conceção
 - Implementação
 - Monitorização
 - Avaliação

Bibliografia recomendada

1. Carrera, F. (2022) - Marketing Digital na Versão 2. 0. Edições Sílabo. ISBN 9789895612147
2. Adolpho, C. (2012) - Os 8 P's do Marketing Digital. Lisboa: Texto Editores. ISBN: 9789724744957
3. Laudon, K. e Traver, C. (2010). E-Commerce, Business, Technology, Society. Editora Prentice Hall. New York. ISBN: 9780131735163
4. Kotler, P. (2017). Marketing 4. 0. Actual Editora. Lisboa. ISBN: 9789896942083
5. Marques, Vasco (2018). Marketing Digital 360. Actual Editora. ISBN: 9789896942946

Métodos de ensino e de aprendizagem

As aulas têm uma natureza teórico-prática com participação ativa dos alunos na apresentação de tópicos e respetiva discussão e utilização de ferramentas informáticas. Em contexto não presencial, os alunos são incentivados a maximizar auto aprendizagem, e construção de conhecimento de forma contínua através da preparação de apresentações e da elaboração de uma plano de marketing digital.

Alternativas de avaliação

1. Avaliação Final - (Ordinário, Trabalhador) (Final, Recurso, Especial)
 - Exame Final Escrito - 50% (Nota mínima de 7 valores.)
 - Portfólio - 25% (Obter o certificado da Google - Princípios do marketing digital)
 - Trabalhos Práticos - 25% (Individual - planejar/executar o plano de marketing digital pessoal
Grupo - execução de outras tarefas)
2. Estudantes em mobilidade - (Ordinário, Trabalhador) (Final, Recurso, Especial)
 - Projetos - 75% (Planejar/executar o plano de marketing digital pessoal)
 - Portfólio - 25% (Obter o certificado da Google - Princípios do marketing digital)

Língua em que é ministrada

Português, com apoio em inglês para alunos estrangeiros

Validação Eletrónica

Arlindo Costa dos Santos	Luisa Margarida Barata Lopes	Anabela Neves Alves de Pinho	Sonia Paula da Silva Nogueira
16-11-2023	16-11-2023	17-11-2023	17-11-2023