

TeSP - Design Multimédia

Técnico Superior Profissional

Plano: Despacho (extrato) n.º 7186/2021 de 20/07/2021

Ficha da Unidade Curricular: Marketing digital

ECTS: 6; Horas - Totais: 162.0, Contacto e Tipologia, TP:60.0;

Ano | Semestre: 2 | S2

Tipo: Obrigatória; Interação: Presencial; Código: 617520

Área de educação e formação: Marketing e publicidade

Docente Responsável

Célio Gonçalo Cardoso Marques

Professor Adjunto

Docente(s)

Objetivos de Aprendizagem

Os alunos deverão saber 1) elaborar um plano de Marketing Digital (MD), 2) conceber Websites, 3) apps e 4) conteúdos para MD. Deverão demonstrar capacidade para 5) utilizar os media sociais, 6) usar ferramentas de analítica na Web, 7) otimizar websites e 8) usar software de inteligência competitiva.

Conteúdos Programáticos

- 1 - Conceitos e plano de marketing digital;
- 2 - Desenvolvimento de Website para marketing digital;
- 3 - Marketing digital nos dispositivos móveis;
- 4 - Criação de conteúdos digitais para marketing digital;
- 5 - Os media sociais;
- 6 - Analítica na Web;
- 7 - Otimização de websites para motores de pesquisa;
- 8 - Inteligência competitiva.

Conteúdos Programáticos (detalhado)

1. Marketing digital

- Definição dos conceitos;
- Evolução do marketing digital;
- Plano de Marketing Digital

2. Desenvolvimento de Website para Marketing Digital

- Google Sites

3. Desenvolvimento de aplicações de Marketing Digital para dispositivos móveis

- MIT App Inventor

4. Criação de conteúdos para marketing digital

- Utilização de ferramentas para a criação de conteúdos multimédia para campanhas de marketing digital.

5. Os media sociais (Social Media)

- Conceito;
- Social media marketing;
- ferramentas;
- Gestão de crises;
- Business intelligence e os social media.

6. Analítica na Web (Web Analytics)

- Conceito;
- Ferramentas;
- Implementação.

7. Otimização de websites para motores de pesquisa

- Motores de pesquisa;
- Search Engine Optimization (SEO) e Search Engine Marketing (SEM);
- Definição de estratégias.

8. Inteligência competitiva (Competitive Intelligence)

- Conceito;
- Ferramentas;
- Implementação.

Metodologias de avaliação

Prova escrita com consulta (50%) e realização de trabalho prático em grupo e sua discussão pública (50%). Cada componente atrás referida com nota mínima de 7 valores em 20, para o aluno dispensar de exame.

Em exame será realizado uma prova escrita (100%).

Software utilizado em aula

Ferramentas relacionadas com social media, Web analytics, search engine marketing, search engine optimization e competitive intelligence;

Moodle;

Google sites;

MIT - App Inventor.

Estágio

Não Aplicável

Bibliografia recomendada

- Chaffey, D. e Ellis-Chadwick, F. (2012). *Digital Marketing - Strategy, Implementation and Practice* (Vol. 1).. 5, Pearson. Reino Unido
- Adolpho, C. (2012). *Os 8 Ps do Marketing Digital - O guia estratégico de marketing digital* (Vol. 1).. 1, Texto Editores. Brasil
- Carrera, F. (2012). *Marketing Digital na versão 2.0 - o que não pode ignorar* (Vol. 1).. 2, Edições Sílabo. Lisboa
- Zarrella, D. (2010). *The Social Media Marketing Book* (Vol. 1).. 1, O'Reilly. Sebastopol - CA
- McDonald, J. (2019). *Social Media Marketing Workbook: How to Use Social Media for Business* . 1, CreateSpace Independent Publishing Platform. Scotts Valley, Califórnia

Coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos

Os conteúdos programáticos estão em coerência com os objetivos da unidade curricular, atendendo respetivamente aos pontos dos conteúdos versus objetivos:

- 1 vs 1
- 2 vs 2
- 3 vs 3
- 4 vs 4
- 5 vs 5
- 6 vs 6
- 7 vs 7
- 8 vs 8

Metodologias de ensino

Aulas teórico-práticas onde se propõem a resolução de casos práticos.

Coerência das metodologias de ensino com os objetivos

Os objetivos de aprendizagem da unidade curricular são atingidos através da realização de um conjunto de exercícios práticos adaptados à realidade organizacional permitindo desta forma que os alunos solidifiquem as competências adquiridas.

Língua de ensino

Português

Pré-requisitos

Não Aplicável

Programas Opcionais recomendados

Não Aplicável

Observações

Objetivos de Desenvolvimento Sustentável:

- 8 - Promover o crescimento económico inclusivo e sustentável, o emprego pleno e produtivo e o trabalho digno para todos;
- 9 - Construir infraestruturas resilientes, promover a industrialização inclusiva e sustentável e fomentar a inovação;

Docente responsável



Assinado de
forma digital por
Célio Gonçalo
Cardoso Marques

