

TeSP - Gestão de Turismo

Técnico Superior Profissional

Plano: Aviso nº 11808/2022 - 09/06/2022 + Retificação Despacho n.º 9545/2022 de 03/08/2022

Ficha da Unidade Curricular: Marketing Digital

ECTS: 6; Horas - Totais: 162.0, Contacto e Tipologia, T:28.0; TP:42.0; OT:14.0;

Ano | Semestre: 2 | S1

Tipo: Obrigatória; Interação: Presencial; Código: 612513

Área de educação e formação: Marketing e publicidade

Docente Responsável

José António Ribeiro Mendes

Professor Coordenador

Objetivos de Aprendizagem

1-Transformação digital, Europa 2030 e Marketing Digital(MD); 2-Negócio na Internet e Redes Sociais;3-MD e Plataformas de Negócio; 4-Plano de MD em Plataformas de Marketing;5-Relatórios e Monitorização;6-Inteligência Artificial e Otimizar a Pesquisa (SEO); 7-Privacidade,Segurança e Proteção de Dados

Objetivos de Aprendizagem (detalhado)

1-A transformação digital, a Europa digital em 2030 e o Marketing Digital a emergir: enquadrar o Marketing, agora digital, no que está a acontecer em Portugal, na Europa e no Mundo, visto pelos índices de digitalidade da economia na sociedade (DESI) e pela estratégia digital para a Europa 2030.

2-Negócio na Internet e nas Redes Sociais: novo paradigma no negócio em linha (online), negócio inteligente (business intelligence), inteligência artificial (AI), comunicações móveis da 5ª geração (5G), internet das coisas (IoT), dados e metadados (BigData), computação na nuvem (Cloud). Contas empresariais nos motores de busca (Google) e nas redes sociais (Facebook, Instagram, Youtube, TikTok, WhatsApp, LinkedIn, Twitter, Spotify). Utilizar as ferramentas ali existentes de Marketing Digital orgânico.

3-Marketing Digital em Plataformas de Negócio: utilizar o Booking e o AirBnb como proprietário ou anfitrião e promover o Marketing Digital com recurso às ali existentes ferramentas orgânicas.

4-Elaborar um plano de Marketing Digital e sua implementação em plataformas de marketing:

Utilizar o Google Ads e o Meta Business Suite para promover uma Campanha de Marketing Digital - objetivo (vendas, leads, tráfego web, ponderação de produto e marca), tipo (pesquisar, máximo desempenho, comprar em loja, vídeo de ponderação ou sequência, rede de display), segmento d e público (nacionalidade, idade, gostos, género, etc.), formato (texto, fotografia, vídeo, 3d), agendamento (data início e fim ou contínua) e orçamento (diário, médio, total).

5-Análise de Relatórios e Monitorização: analisar e avaliar os resultados da campanha de marketing

6-Inteligência Artificial e Optimização da pesquisa: estratégias para otimizar pesquisa (SEO - Search Engine Optimization) nos motores de busca

7-Privacidade, Segurança e Proteção Dados: sensibilizar para questões relativas à privacidade, à segurança física e lógica dos equipamentos e da informação, tendo em conta o regulamento geral de proteção de dados

Conteúdos Programáticos

1-A transformação digital, os DESI e o compasso Europa digital 2030; 2-Negócio na Internet e nas Redes Sociais; 3-Marketing Digital em Plataformas de Negócio; 4-Plano de Marketing Digital e Plataformas de Marketing; 5-Análise de Relatórios e Monitorização; 6-Inteligência Artificial e Optimização da Pesquisa (SEO); 7-Privacidade, Segurança e Proteção Dados

Conteúdos Programáticos (detalhado)

1-A transformação digital, os índices de digitalidade da economia e a Europa 2030: enquadrar o marketing digital no que está a acontecer em Portugal e na Europa visto pelos índices de digitalidade da economia na sociedade (DESI) e pela estratégia digital para a Europa 2030.

2-Negócio na Internet e Redes Sociais: Novo paradigma no negócio (online) e negócio inteligente (BI-business intelligence), inteligência artificial (AI), comunicações móveis da 5ª geração (5G), internet das coisas (IoT), Dados e Metadados (BigData), computação na nuvem (Cloud). Contas empresariais nos motores de busca (Google) e nas redes sociais (Facebook, Instagram, Youtube, TikTok, WhatsApp, LinkedIn, Twitter, Spotify). Utilizar as suas ferramentas de Marketing Digital orgânico.

3-Marketing Digital em Plataformas de Negócio: utilizar o Booking e o AirBnb como proprietário ou anfitrião. Utilizar as suas ferramentas de marketing digital orgânico.

4-Plano de Marketing Digital e Plataformas de Marketing: elaborar um plano de marketing digital e utilizar o Google Ads e o Meta Business Suite para promover uma Campanha de Marketing Digital paga - definir objetivo (vendas, leads, tráfego web, ponderação de produto e marca), tipo (pesquisar, máximo desempenho, comprar em loja, vídeo de ponderação ou sequência, rede de display), público (nacionalidade, idade, gostos, género, etc.), formato (texto, fotografia, vídeo, 3d), agendamento (data início e fim ou contínua) e orçamento (diário, médio, total).

5-Análise de Relatórios e Monitorização: Avaliar os resultados a partir dos relatórios produzidos pelas plataformas.

6-Inteligência Artificial e Optimização da Pesquisa: Estratégias para otimizar a pesquisa (SEO - Search Engine Optimization).

7-Privacidade,Segurança e Proteção Dados: Sensibilizar para a privacidade, a segurança física e lógica dos equipamentos e da informação, ter em conta o regulamento geral de proteção de dados

Metodologias de avaliação

Os alunos são avaliados por 4 trabalhos individuais, com um peso relativo de 25% cada.

Os trabalhos são sobre os objetivos e conteúdos programáticos:

trabalho 1- objetivo e conteúdo- 1

trabalho 2- objetivo e conteúdo- 2

trabalho 3- objetivo e conteúdo- 3 e 4

trabalho 4- objetivo e conteúdo- 5 e 6 e 7

-

Software utilizado em aula

Google, Google Business, Yahoo;

Facebook, Instagram, Youtube, TikTok- business e Ads;

Booking e AirBnb - Proprietário e Anfitrião;

Meta, Google Ads;

Analytics e SEOs das aplicações.

Estágio

Bibliografia recomendada

- Mendes, J. (0). *Apoio bibliográfico indicado nas aulas* Acedido em 2 de janeiro de 2023 em <https://doctrino.ipt.pt/course/view.php?id=5250>

Coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos

Os conteúdos são coerentes com os objetivos atendendo respetivamente aos seus pontos:

1 versus 1

2 versus 2

3 versus 3

4 versus 4

5 versus 5

6 versus 6

7 versus 7

Metodologias de ensino

Aulas expositivas e de resolução de exercícios práticos.

Coerência das metodologias de ensino com os objetivos

A metodologia de ensino com recurso à resolução de exercícios práticos, em ambiente de uma

organização empresarial ou institucional, permite que os alunos consolidem as competências adquiridas.

Língua de ensino

Português

Pré-requisitos

Programas Opcionais recomendados

Observações

Objetivos de Desenvolvimento Sustentável:

- 4 - Garantir o acesso à educação inclusiva, de qualidade e equitativa, e promover oportunidades de aprendizagem ao longo da vida para todos;
- 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;
- 10 - Reduzir as desigualdades no interior dos países e entre países;
- 11 - Tornar as cidades e comunidades inclusivas, seguras, resilientes e sustentáveis;
- 12 - Garantir padrões de consumo e de produção sustentáveis;
- 17 - Reforçar os meios de implementação e revitalizar a parceria global para o desenvolvimento sustentável;

Docente responsável

**José António
Ribeiro Mendes**

Assinado de forma digital por José
António Ribeiro Mendes
Dados: 2023.09.15 15:37:44 +01'00'

