

**TeSP - Design Multimédia**

Técnico Superior Profissional

Plano: Aviso n.º 1895/2018 - 12/02/2018

**Ficha da Unidade Curricular: Marketing digital**

ECTS: 5; Horas - Totais: 130.0, Contacto e Tipologia, TP:60.0;

Ano | Semestre: 2 | S1

Tipo: Obrigatória; Interação: Presencial; Código: 617520

Área de educação e formação: Marketing e publicidade

**Docente Responsável**

Célio Gonçalo Cardoso Marques

Professor Adjunto

**Docente(s)**

Vasco Renato Marques Gestosa da Silva

Professor Adjunto

Célio Gonçalo Cardoso Marques

Professor Adjunto

**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. Análítica 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**

---

**Docente responsável**



Assinado de  
forma digital por  
Célio Gonçalo  
Cardoso Marques

