

TeSP - Marketing Digital

Técnico Superior Profissional

Plano: Despacho n.º 4719/2022 de 21/04/2022

Ficha da Unidade Curricular: Laboratório de Produção de Conteúdos

ECTS: 5; Horas - Totais: 135.0, Contacto e Tipologia, TP:28.0; PL:28.0; OT:14.0;

Ano | Semestre: 2 | S1

Tipo: Obrigatória; Interação: Presencial; Código: 605920

Área de educação e formação: Marketing e publicidade

Docente Responsável

Pedro Miguel Monteiro Casaca

Assistente Convidado

Objetivos de Aprendizagem

- A. Criar conteúdos digitais para diferentes plataformas.
- B. Utilizar ferramentas de produção e edição de conteúdos multimédia.
- C. Explorar estratégias de construção de narrativas.
- D. Analisar e avaliar o desempenho e qualidade dos conteúdos.

Objetivos de Aprendizagem (detalhado)

- A. Criar conteúdos digitais para diferentes plataformas, considerando as necessidades específicas de marketing digital.
- B. Utilizar ferramentas de produção e edição de conteúdos multimédia, como edição de imagem, vídeo e áudio.
- C. Explorar estratégias de construção de narrativas para diferentes públicos.
- D. Analisar e avaliar o desempenho e qualidade dos conteúdos para otimizar o impacto no contexto digital.

Conteúdos Programáticos

1. Conteúdos
2. Produção de Conteúdos Visuais
3. Produção de Conteúdos em Vídeo

4. Produção de Conteúdos em Áudio
5. Copywriting e Escrita Criativa
6. Análise e Otimização de Conteúdos

Conteúdos Programáticos (detalhado)

1. Conteúdos

- Conceitos fundamentais e importância no contexto do marketing digital.
- Formatos de conteúdos.
- Planeamento e Estratégia de Conteúdos

2. Produção de Conteúdos Visuais

- Criação e edição de imagens para diferentes plataformas.
- Princípios de design gráfico básico (ferramentas)
- Técnicas de storytelling visual.

3. Produção de Conteúdos em Vídeo

- Noções de captura e edição de vídeo.
- Ferramentas de edição de Vídeo.
- Criação e edição de vídeo.

4. Produção de Conteúdos em Áudio

- Técnicas de gravação e edição de áudio.
- Ferramentas de edição de áudio.

5. Copywriting e Escrita Criativa

- Técnicas de escrita para marketing digital (SEO).
- Elaboração de posts, descrições de produtos e chamadas para ação (CTA).

6. Análise e Otimização de Conteúdos

- Ferramentas de monitorização e análise de desempenho.
- Ajustes baseados em métricas de "engajement" e "feedback".

Metodologias de avaliação

Época Frequência:

25% Trabalho prático I

25% Trabalho prático II

50% Trabalho prático III

O aluno será excluído de exame se:

- Não realizar um dos trabalhos
- Não tiver nota mínima de 10 em cada um dos trabalhos
- Não frequentar 2/3 das aulas TP (ponto 4 do artigoº 8 do regulamento académico)
- Não frequentar 2/3 das aulas PL (ponto 5 do artigoº 8 do regulamento académico)

Época Exame e Recurso:

100% Trabalho Prático (nota mínima de 10 valores para aprovação à UC)

Software utilizado em aula

Tratamento de imagem.

Desenho vectorial.

Edição de vídeo.

Edição de áudio.

Estágio

NA

Bibliografia recomendada

- Dabbs, A. e Campbell, A. (2005). *The Digital Designer's Bible*.. Harper Paperbacks. New York
- Faustino, P. (2019). *Marketing Digital na Prática*.. Marcador. Lisboa
- Kotler, P. e Setiwan, I. e Kartajaya, H. (2011). *Marketing 3.0 - Do produto e do consumidor até ao espírito humano*.. Actual Editora. Lisboa
- Yikun, L. (2016). *Visual Storytelling: Infographic Design*.. Images Shenyang. New York

Coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos

Cada conteúdo programático está diretamente relacionado com os objetivos da UC, assegurando uma formação completa nas áreas de criação, edição e otimização de conteúdos digitais. Dessa forma, os alunos desenvolvem tanto competências técnicas como analíticas, essenciais para atuar de forma eficaz no contexto do marketing digital.

A – 1, 2, 3, 4

B – 2, 3, 4

C – 2, 5

D – 6

Metodologias de ensino

Aulas Teóricas-Práticas onde se aplicam os conceitos teóricos com exercícios práticos, análise de exemplos reais e realização de projetos que envolvam a produção e avaliação de conteúdos. Método expositivo, demonstrativo e prática simulada.

Coerência das metodologias de ensino com os objetivos

A metodologia teórico-prática proposta, integra prática e análise crítica em cada etapa do processo de produção de conteúdos digitais, garantindo uma aprendizagem experimental e aplicável que se alinha diretamente com as competências mencionadas nos objetivos da UC.

Língua de ensino

Português

Pré-requisitos

NA

Programas Opcionais recomendados

NA

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;
- 12 - Garantir padrões de consumo e de produção sustentáveis;

Docente responsável

Assinado por: **Pedro Miguel Monteiro Casaca**
Num. de Identificação: 11312548
Data: 2024.11.12 15:51:04 +0000

