



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 I Semestre: 2 | S1

Tipo: Obrigatória; Interação: Presencial; Código: 612513

Área de educação e formação: Marketing e publicidade

Docente Responsável

Anabela da Cruz Pereira

Professor Adjunto Convidado

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 noutros canais digitais (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 de 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 noutros canais digitais (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. aplicação de Métricas de marketing

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

(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

Assinado por: **Anabela da Cruz
Pereira**

Num. de Identificação: 09474937
Data: 2025-09-20 22:13:43 +0100

