



Instituto Politécnico de Tomar

Assinado de forma digital por Célio Gonçalves Cardoso Marques  
Dados: 2016.10.15 13:20:25 +01'00'

✳ Escola Superior de Tecnologia de Tomar

Ano Letivo 2016/2017

### **TeSP - Design Multimédia**

Técnico Superior Profissional  
Plano: Plano TeSP

### **Ficha da Unidade Curricular: Marketing digital**

ECTS: 5; Horas - Totais: 130.0, Contacto e Tipologia, TP:60.0;  
Ano|Semestre: 2|S1; Ramo: Tronco comum;  
Tipo: Obrigatória; Interação: Presencial; Código: 617520  
Área de educação e formação: Marketing e publicidade

#### **Docente Responsável**

Célio Gonçalves Cardoso Marques  
Professor Adjunto, TP: 30;

#### **Docente e horas de contacto**

Célio Gonçalves Cardoso Marques  
Professor Adjunto, TP: 30;  
Vasco Renato Marques Gestosa da Silva  
Professor Adjunto, TP: 30;

### **Objetivos de Aprendizagem**

Os alunos deverão saber elaborar um plano de marketing digital, definir estratégias de comércio eletrónico (1) e adquirir competências na gestão de lojas virtuais (2), publicidade online (3), conteúdos para marketing digital (4), media sociais (5), analítica na Web (6), otimização de websites para motores de pesquisa (7) e inteligência competitiva (8).

### **Conteúdos Programáticos**

- 1 - Marketing digital e comércio eletrónico.
- 2 - Implementação de loja online e estratégias de marketing;
- 3 - Publicidade *online*;
- 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.

Ch

### Conteúdos Programáticos (detalhado)

#### 1 - Marketing digital e comércio eletrónico

- Definição dos conceitos;
- Evolução do marketing digital;
- Ferramentas de marketing digital;
- Modelos de comércio eletrónico;
- Comércio eletrónico vs negócio eletrónico.

#### 2 – Implementação de loja *online* e estratégias de marketing

- Opencart para criação de uma loja online;
- Plano de negócio online e plano de marketing digital.

#### 3 - Publicidade *online*

- Google adwords;
- Social ads;
- Twitter ads;
- Youtube ads;
- *Retargeting*;

#### 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)*

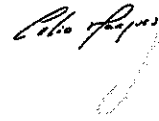
- Conceito;
- Ferramentas;
- Implementação.

#### 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

Teste escrito, com consulta. Realização de trabalho prático em grupo e sua discussão pública. Cada componente atrás referida com nota mínima de 7 valores em 20, para dispensar de exame.

### Software utilizado em aula

- Ferramentas relacionadas com social media, Web analytics, search engine marketing, search engine optimization e competitive intelligence;
- Moodle;
- Xampp;
- Opencart.

### Estágio

Não Aplicável

### Bibliografia recomendada

- Adolpho, C. (2012). *Os 8 Ps do Marketing Digital - O Guia Estratégico de Marketing Digital*. Alfragide: Texto Editores
- Carrera, F. (2012). *Marketing Digital na Versão 2.0 - O Que Não Pode Ignorar*. Lisboa: Edições Sílabo.
- Chaffey, D. & Ellis-Chadwick, F. (2012). *Digital Marketing - Strategy, Implementation and Practice*. Harlow, Essex: Pearson
- Zarrella, D. (2010). *The Social Media Marketing Book*. Sebastopol, CA: O'Reilly.

### Coerência dos conteúdos programáticos 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.

### Metodologias de ensino

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

### Coerência das metodologias de ensino 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.

### Língua de ensino

Português

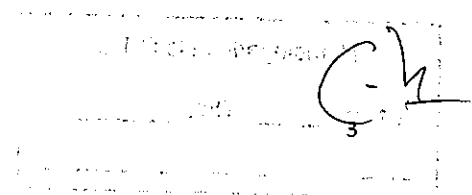
### Pré requisitos

Não Aplicável

### Programas Opcionais recomendados

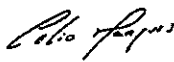
Não Aplicável

### Observações

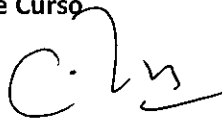


---

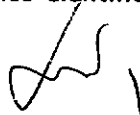
**Docente Responsável**

 Assinado de forma digital  
por Célio Gonçalo  
Cardoso Marques  
Dados: 2016.10.15  
13:18:46 +01'00'

**Diretor de Curso, Comissão de Curso**



**Conselho Técnico-Científico**



Homologado pelo C.T.C.  
Acta n.º 27 Data 09/11/2016  
