



### Comunicação Social

Licenciatura, 1º Ciclo

Plano: Despacho n.º 15198/2014

### Ficha da Unidade Curricular: [CEM] Marketing Digital

ECTS: 5; Horas - Totais: 135.0, Contacto e Tipologia, T:30.0; PL:15.0; OT:4.0;

Ano|Semestre: 1|S; Ramo: Tronco Comum;

Tipo: Optativa; Interação: Presencial; Código: 9054724

Área Científica: Comunicação Empresarial

### Docente Responsável

Luís Miguel Ferreira Nunes

### Docente e horas de contacto

Luís Miguel Ferreira Nunes

Equiparado Professor Adjunto, T: 30; PL: 15; OT: 4.05;

### Objetivos de Aprendizagem

Introduzir os alunos na realidade e desafios do Marketing na era Web 2.0 e 3.0, abordando as principais vertentes do Marketing Digital.

Os alunos deverão conseguir interpretar, planificar e implementar ações de comunicação e marketing digital, integradas em planos de comunicação on e offline.

### Conteúdos Programáticos

Introdução e definições

E-Commerce

Promoção online

Marketing Base de Dados

Avaliação e Controlo

Tendências web 3.0

### Conteúdos Programáticos (detalhado)

1. Introdução e definições conceptuais (NC 6H)

1.1. Comunicação e Marketing Digital

1.2. Suportes e soluções tecnológicas

1.3. Evolução para a Web 2.0 e 3.0

1.4. Mercados Globais vs Locais

2. E-Commerce (NC 12H)

2.1. Estratégias de Marketing Digital

2.2. Os 4Ps digitais

2.3. Blended Marketing

2.4. B2B, C2C, B2C, C2B

2.5. Logística e Distribuição

### 3. Promoção online (NC 12H)

- 3.1. Soluções de Publicidade online
- 3.2. SEM, SEO, SEA
- 3.3. Marketing Viral
- 3.4. Redes Sociais

### 4. Marketing Base de Dados (NC 6H)

- 4.1. BigData
- 4.2. E-CRM
- 4.3. Dataminig
- 4.4. Marketing Directo Electrónico

### 5. Avaliação e Controlo (NC 6H)

- 5.1. Métricas de Avaliação
- 5.2. Questões Fiabilidade

### 6. Tendências web 3.0 (NC 3H)

- 6.1. Multicanais e Multiplataformas
- 6.2. Crowd-sourcing, -collaboration, - computing
- 6.3. Web inteligente
- 6.4. The Internet of Things

### **Metodologias de avaliação**

A avaliação periódica: trabalho escrito (40% para a nota final) e teste (60% para a nota final).

=/> 10 valores: dispensados de avaliação final (exc. se 1 nota for menor que 7).

Avaliação final: exame escrito (100%)

### **Software utilizado em aula**

NA

### **Estágio**

NA

### **Bibliografia recomendada**

- CARRERA, F. (2014). *Marketing Digital na versão 2.0*. Lisboa: Edições Silabo
- DIONISIO, P. (2009). *B Mercator*. Lisboa: Dom Quixote
- CHARLESWORTH, A. (2010). *A revolução digital*. Lisboa: Livraria Civilização Editora
- RYAN, D. (2014). *Understanding Digital Marketing*. London: KOGAN PAGE LTD

### **Coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos**

A matéria leccionada nesta UC assenta num núcleo de conceitos teóricos indispensáveis à compreensão da actividade exercida no âmbito do Marketing Digital. Esta aprendizagem teórica é complementada com a observação e análise de casos reais. Tratando-se de uma matéria que sofre de uma acelerada transformação procura-se reflectir essa evolução no processo de ensino através da actualidade dos casos analisados. Naturalmente que o próprio programa curricular deverá sofrer actualizações sempre que tal se justifique, não

excluindo a possibilidade de introduzir novos conceitos ou novas metodologias durante o decurso do próprio semestre.

#### **Metodologias de ensino**

Aulas teórico-práticas e práticas com explicação dos conteúdos ministrados e exercícios de aplicação.

#### **Coerência das metodologias de ensino com os objetivos**

A aprendizagem teórica assegura o nível de conhecimento necessário à correcta percepção das práticas e factores dominantes na área do Marketing Digital. Esta aprendizagem é complementada através da aplicação prática desses conceitos teóricos quer na análise dos casos práticos em aula quer através da realização, apresentação e defesa dos trabalhos práticos que integram o processo de avaliação.

#### **Língua de ensino**

Português

#### **Pré requisitos**

NA

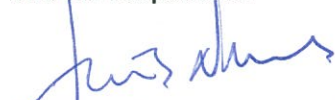
#### **Programas Opcionais recomendados**

NA

#### **Observações**

---

#### **Docente Responsável**



Diretor de Curso, Comissão de Curso



#### **Conselho Técnico-Científico**



