

PLANEAMENTO DA UNIDADE CURRICULAR

IDENTIFICAÇÃO / IDENTIFICATION			
UNIDADE CURRICULAR	Marketing Digital		
CICLO DE ESTUDO	Curso Técnico Superior Profissional	Nº ECTS	6
OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM / LEARNING OUTCOMES OF THE CURRICULAR UNIT			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Perceber as especificidades do marketing na era digital. 2. Saber fazer e analisar estudos de mercado on-line. 3. Conhecer os meios digitais disponíveis 4. Explorar a publicidade on-line 5. Preparar e implementar campanhas de marketing on-line 6. Aplicar os conceitos e metodologias a PMEs <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Understand the specifics of marketing in the digital age.</i> 2. <i>Know how to do and analyze market studies online.</i> 3. <i>Know the available digital media</i> 4. <i>Explore online advertising</i> 5. <i>Prepare and implement online marketing campaigns</i> 6. <i>Apply the concepts and methodologies to SMEs</i> 			
CONTEUDOS PROGRAMÁTICOS / SYLLABUS			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Modelos de negócio on-line 2. Digital branding 3. Estudos de mercado e análise de métricas 4. Publicidade digital 5. Estratégia de Comunicação 6. Planeamento de meios digitais 7. Activação de marcas 8. Gestão de Comunidades 9. Social Selling 10. Caso prático: plano de marketing digital para uma PME <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Online Business Models</i> 2. <i>Digital branding</i> 3. <i>Market research and metrics analysis</i> 4. <i>Digital advertising</i> 5. <i>Communication Strategy</i> 6. <i>Planning of digital media</i> 7. <i>Branding Activation</i> 8. <i>Community Management</i> 9. <i>Social Selling</i> 10. <i>Case study: digital marketing plan for an SME</i> 			

DEMONSTRAÇÃO DA COERÊNCIA DOS CONTEUDOS PROGRAMÁTICOS COM OS OBJETIVOS DA UNIDADE CURRICULAR / DEMONSTRATION OF THE SYLLABUS COHERENCE WITH THE CURRICULAR UNIT'S OBJECTIVES

A unidade curricular pretende apresentar uma metodologia e ferramentas eficazes para a gestão de projetos proporcionando aos alunos:

1. O domínio dos conceitos de Projeto e de Gestão de Projetos;
2. Conhecimento das Áreas de Conhecimento envolvidas na Gestão de Projetos;
3. O reconhecimento do mecanismo de processos e a sua cronologia;
4. A aplicação prática de metodologias e o uso eficiente de ferramentas amigáveis que permitam uma boa execução do planeamento, acompanhamento e avaliação de um projeto.

The curricular unit intends to present an effective methodology and tools for project management by providing students with:

- 1. The mastery of the concepts of Project and Project Management;*
- 2. Knowledge of the Knowledge Areas involved in Project Management;*
- 3. The recognition of the process mechanism and its chronology;*
- 4. The practical application of methodologies and the efficient use of friendly tools that allow a good execution of the planning, monitoring and evaluation of a project.*

BIBLIOGRAFIA RECOMENDADA / RECOMMENDED BIBLIOGRAPHY

- Carrera, Filipe, Marketing Digital na Versão 2.0 - O que não pode ignorar (2012)- 2ª edição , Edições Sílabo
- Ryan, Damian - Understanding Digital Marketing - 2nd Edition , Kogan Page
- Ascensão, Carlos, Google Marketing, Edições Sílabo
- Anderson, Chris, A Cauda Longa, Atual, 2007.
- Anderson, Chris, Free - O Futuro É Grátis, Atual, 2009.
- Battelle, John, The Search, Casa das Letras, 2006.
- Chesbrough, Henry, Open Business Models, Harvard Business School Press, 2006.
- Ferreira, Reinaldo, Tech Days - empresas, inovação, tecnologia, CreateSpace, 2012.
- Laudon, K., Laudon, J., Management Information Systems: Managing the Digital Firm, Prentice Hall, 2013.
- Osterwalder, Alexander, Pigneur, Yves, Business Model Generation, John Wiley & Sons, 2010 ou Criar Modelos de Negócio, Dom Quixote, 2011.
- Stokes, Rob, Quirk, Digital Marketing Textbook, Quirk, 2011, <http://www.redandyellow.co.za/product/textbook-digital/>
- Tapscott, Don, Williams, Anthony D., Wikinomics: How Mass Collaboration Changes Everything, Portfolio, 2006