



Ficha de Unidade Curricular

DESIGNAÇÃO DA UNIDADE CURRICULAR:

Content Marketing

DESIGNATION OF CURRICULAR UNIT:

Content Marketing

SIGLA DA ÁREA CIENTÍFICA EM QUE SE INSERE / SCIENTIFIC AREA ACRONYM

EPM

DURAÇÃO / DURATION (Anual, Semestral)

Semestral

HORAS DE TRABALHO / WORK HOURS (número total de horas)

140 horas

HORAS DE CONTACTO / CONTACT HOURS (discriminadas por tipo de metodologia adotado - T - Teórico; TP - Teórico-prático; PL - Prático e laboratorial; S- Seminário; OT - orientação tutorial)

T: 10 horas

TP: 20 horas



ECTS

5 ETCS

OBSERVAÇÕES (assinalar sempre que a UC seja optativa)

n.a.

OBSERVATIONS

n.a.

DOCENTE RESPONSÁVEL E RESPETIVA CARGA LETIVA NA UNIDADE CURRICULAR (PREENCHER O NOME COMPLETO):

Rita Cláudia Costa Inácio

RESPONSIBLE ACADEMIC STAFF MEMBER AND LECTURING LOAD IN THE CURRICULAR UNIT (FILL IN THE FULLNAME):

Rita Cláudia Costa Inácio

OUTROS DOCENTES E RESPETIVAS CARGAS LETIVAS NA UNIDADE CURRICULAR (PREENCHER O NOME COMPLETO):

n.a.

OTHER ACADEMIC STAFF AND LECTURING LOAD IN THE CURRICULAR UNIT:

n.a.



OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM (CONHECIMENTOS, APTIDÕES E COMPETÊNCIAS A DESENVOLVER PELOS ESTUDANTES):

A produção de conteúdo relevante na construção de relações dinâmicas entre marcas e consumidores

O presente cenário mercadológico é marcado por uma relação dinâmica entre marcas e consumidores, na qual estes últimos demonstram cada vez menos receptividade a mensagens tradicionais de marketing. Diante disso, as marcas enfrentam o desafio de produzir conteúdo diferenciado e relevante, capaz de capturar a atenção de um público saturado de informação.

Nesse contexto, o módulo de Content Marketing visa capacitar os alunos com ferramentas e técnicas para a produção de conteúdo estratégico. O objetivo é auxiliá-los na construção de relações sólidas com o consumidor, explorando o contexto e as plataformas adequadas para a produção e disseminação de conteúdo relevante e engajador.

LEARNING OUTCOMES OF THE CURRICULAR UNIT:

Content Marketing as a Tool to Navigate the Evolving Dynamics of Brand-Consumer Relationships

In contemporary marketing, the relationship between brands and consumers has become increasingly complex. Consumers are bombarded with information and have developed sophisticated mechanisms for filtering marketing messages. Consequently, brands face mounting pressure to produce content that is not only relevant but also engaging enough to capture and retain consumer attention.

This Content Marketing module aims to equip students with the necessary tools and knowledge to navigate this challenging landscape. By exploring the evolving media consumption habits and contextual preferences of consumers, students will learn to develop and disseminate targeted content across a variety of platforms. The ultimate goal is to empower future marketing professionals to effectively engage target audiences and foster meaningful brand-consumer relationships.



CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS:

Define: Business Ambition: Identificação de objectivos e oportunidades para as marcas. É de negócio mas pretende estar orientado sempre numa ótica de consumidor.

- Listen: Personas & Insights. Compreensão do consumidor.

- Know: Touchpoints. Definição dos pontos de contacto com a marca. Identificação dos conteúdos adequados a cada momento.

- Create: Great Work. Conhecimento dos vários tipos de conteúdos. Análise de tendências do insight à criação.

- Create: Great Work - Briefing. A importância do briefing no processo de criação e de orientação de toda a equipa envolvida.

- Drive: Distribution & Amplification. Conhecimento de canais.

- Learn: Measurement & Optimization. A importância de definir quais as métricas adequadas aos objectivos previamente definidos e o seu acompanhamento em continuidade.



SYLLABUS:

- *Define: Business Ambition. Identifying the goals and opportunities for the brands. It's related to the business but always in a customer-centered way.*
- *Listen: Personas & Insights?customer (understanding).*
- *Know: Touchpoints. Defining the different touchpoints to the brand (customer journey) and co-relating them with the right content to the right moment of truth.*
- *Create: Great Work. Understanding the different types of content and getting knowledge about how trends and insights can impact creating.*
- *Create: Great Work - Briefing the importance of briefing in the process of creation and orientation of the entire team involved.*
- *Drive: Distribution & Amplification. Channels understanding.*
- *Learn: Measurement & Optimization. Learning about defining the right metrics related to previously defined goals and the importance of ongoing monitoring.*

DEMONSTRAÇÃO DA COERÊNCIA DOS CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS COM OS OBJETIVOS DA UNIDADE CURRICULAR:

A unidade curricular de Content Marketing adota uma abordagem teórico-prática para o ensino, combinando aulas expositivas e resolução de casos. O programa abrange desde a definição estratégica de objetivos e análise da audiência até a criação, implementação, análise e otimização de conteúdo para diferentes plataformas e públicos. A metodologia visa capacitar os alunos a desenvolverem e executarem estratégias de Content Marketing eficazes, utilizando métricas para mensurar resultados e promover a melhoria contínua.

DEMONSTRATION OF THE SYLLABUS COHERENCE WITH THE CURRICULAR UNIT'S OBJECTIVES:

The Content Marketing course adopts a theoretical and practical approach to teaching, combining lectures and case study analysis. The program covers everything from the strategic definition of objectives and audience analysis to the creation, implementation, analysis, and optimization of content for different platforms and audiences. The methodology aims to enable students to develop and execute effective Content Marketing strategies, using metrics to measure results and promote continuous improvement.



METODOLOGIAS DE ENSINO (AVALIAÇÃO INCLUÍDA):

Entre os princípios do módulo está uma conjugação de diversas metodologias, que visam chegar aos alunos de uma forma natural e, possibilitando uma avaliação contínua. Assim, através de uma transmissão de conhecimento teórico, prático e demonstrativo, expondo casos reais enquanto demonstração dos conteúdos apresentados, como também o das ferramentas e estratégias de comunicação, será possível envolver os alunos ao longo das várias sessões, permitindo a transmissão de conhecimento e avaliando a percepção do mesmo, quer através da avaliação participativa, como através de trabalhos práticos (de grupo e individuais) que permitirão aferir o seu aproveitamento.

Metodologia de Avaliação:

- Participação: 10% / 2 valor
- Trabalho 1 - grupo: 20% / 4 valores
- Trabalho 2 - grupo: 20% / 4 valores
- Trabalho 3 - individual: 50% / 10 valores

TEACHING METHODOLOGIES (INCLUDING EVALUATION):

Among the module principles is a combination of several methodologies, which aim to reach students naturally and, enabling a continuous assessment. Through teaching theoretical and practical knowledge, including tools, strategic thinking, and real cases supporting the contents presented, to involve the students during all sessions.

Continuous assessment:

- Participation: 10% / 2 point
- Work/Exercise 1 - group: 20% / 4 points
- Work/Exercise 2 - group: 20% / 4 points
- Work/Exercise 3 - Individual: 50% / 10 points.



DEMONSTRAÇÃO DA COERÊNCIA DAS METODOLOGIAS DE ENSINO COM OS OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM DA UNIDADE CURRICULAR:

Metodologia Ativa para a Aprendizagem Significativa em Content Marketing

A unidade curricular adota uma metodologia ativa e centrada no aluno, combinando aulas expositivas dialogadas, resolução de casos reais em grupo e atividades práticas individuais.

A resolução de casos em grupo simula o contexto profissional, fomentando a colaboração e o desenvolvimento de soluções para desafios reais do Content Marketing. As atividades individuais consolidam a aprendizagem, exigindo a aplicação completa dos conhecimentos e ferramentas adquiridos para solucionar um problema prático.

Essa abordagem visa proporcionar uma experiência de aprendizagem significativa, preparando os alunos para o mercado de trabalho.

DEMONSTRATION OF THE COHERENCE BETWEEN THE TEACHING METHODOLOGIES AND THE LEARNING OUTCOMES:

Active Methodology for Meaningful Learning in Content Marketing

This Content Marketing course utilizes an active, student-centered methodology that combines interactive lectures, collaborative case study analysis, and individual practical assignments.

Group case study work simulates a professional environment, encouraging collaboration and the development of solutions to real-world Content Marketing challenges. Individual activities solidify learning by requiring students to apply the full range of acquired knowledge and tools to solve a practical problem.

This approach aims to provide a meaningful learning experience, preparing students for the demands of the job market.



BIBLIOGRAFIA PRINCIPAL:
MAIN BIBLIOGRAPHY:

Documentação e metodologias internas Ogilvy

Content - The Atomic Particle of Marketing: The Definitive Guide to Content Marketing Strategy -

Rebecca Lieb

Pre-Suasion: A Revolutionary Way to Influence and Persuade - Robert Cialdini

Epic Content Marketing: How to Tell a Different Story, Break through the Clutter, and Win More

Customers by Marketing Less - Joe Pulizzi

The Lead Machine: The Small Business Guide to Digital Marketing: Everything Entrepreneurs Need to

Know About SEO, Social Media, Email Marketing, and Generating Leads Online - Rich Brooks

It Takes a Content Factory! A Guide to Creating and Delivering the Content Your Company Needs to

Attract and Retain Great Customers - Open View Venture Partners

Content Marketing Institute - estudos, artigos e webinars

Trendwatching - estudos

Contagious - artigos e cases

Nota: Vários aspetos bibliográficos retirados de sites e afins são mencionados/destacados nas apresentações de cada aula.