



Ficha de Unidade Curricular

DESIGNAÇÃO DA UNIDADE CURRICULAR:

Digital Marketing Strategy & Planning

DESIGNATION OF CURRICULAR UNIT:

Digital Marketing Strategy & Planning

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

EPM

DURAÇÃO / DURATION (Anual, Semestral)

Semestral / Semester

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

140

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; TP;20

% HORAS DE CONTACTO A DISTÂNCIA / % REMOTE CONTACT HOURS

Sem horas de contacto à distância/No remote hours



ECTS

5

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

Ana Teresa Machado (0 H)

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

Ana Teresa Machado (0 H)

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

Rui Gonçalves (30 H)

OTHER ACADEMIC STAFF AND LECTURING LOAD IN THE CURRICULAR UNIT:

Rui Gonçalves (30 H)



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

Compreender qual o papel do marketing digital na estratégia global das organizações

Saber analisar o contexto interno e externo das organizações e como integrar os resultados no desenho da estratégia

Conseguir desenhar uma estratégia para o marketing digital que seja um suporte ao desenvolvimento da estratégia global

Definir e planear a evolução da estratégia de marketing digital

Aplicar as diferentes estratégias de marketing digital dependendo do contexto

Entender o potencial das ferramentas analíticas para suporte à estratégia digital

LEARNING OUTCOMES OF THE CURRICULAR UNIT:

Understand the role of digital marketing in the organizations global strategy

Know how to analyze the internal and external context of organizations and how to integrate the results in the strategy design

To be able to design a digital marketing strategy that supports the development of the global strategy

Define and plan the evolution of the digital marketing strategy

Apply the different digital marketing strategies depending on the context

Understand the potential of analytical tools to support digital strategy

CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS:

? Os fundamentos do marketing digital

? Modelos de Planeamento Estratégico

? Criação de Valor nos Ecossistemas Digitais

? Planeamento Estratégico, Orçamento e Otimização de Desempenho

? Estratégia para Redes Sociais, Influenciadores e Comunidade

? Estratégia de MarTech

? Tendências futuras da estratégia digital / Estratégia em Marketing 6.0



SYLLABUS:

- ?The foundations of digital marketing
- ?Strategic Planning Models
- ?Value Creation in Digital Ecosystems;
- ?Strategic Planning, Budgeting and Performance Optimization
- ?Social Media, Influencer, and Community Strategy
- ?MarTech Strategy
- ?Digital strategy future trends / Strategy in Marketing 6.0

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

A tabela seguinte estabelece a correspondência entre os Objetivos de Aprendizagem (OA) e os Conteúdos Programáticos (CP):

OA1 - CP1

OA2 - CP2

OA3 - CP3, CP4, CP6

OA4 - CP5, CP8

OA5 - CP5, CP6

OA6 - CP7



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

The following table establishes the link between Learning Outcomes (LO) and Syllabus Content (SC):

OA1 - CP1

OA2 - CP2

OA3 - CP3, CP4, CP6

OA4 - CP5, CP8

OA5 - CP5, CP6

OA6 - CP7

METODOLOGIAS DE ENSINO:

Apresentação de conceitos teóricos sempre suportados por casos práticos

Discussão de casos de estudos

Trabalho de grupo com apresentação e discussão

TEACHING METHODOLOGIES:

Presentation of theoretical concepts always supported by practical cases

Discussion of case studies

Team work with presentation and discussion

AVALIAÇÃO

Avaliação: Trabalho de grupo (60%) e Teste Individual (40%)



EVALUATION

Assessment: Team work (60%) and individual written test (40%)

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

As Metodologias de Ensino (ME) adotadas, no seu conjunto, permitem aos alunos adquirir conhecimentos e competências constantes dos Objetivos de Aprendizagem (OA).

Mais detalhadamente:

PE 1 OA 1, OA 2, OA 3, OA 4, OA 5 e OA 6

PE 2 OA 1, OA 2, OA 3, OA 4, OA 5 e OA 6

PE 3 OA 1, OA 2, OA 3, OA 4, OA 5 e OA 6

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

The Teaching Methodologies (TM) adopted, as a whole, allow students to acquire knowledge and skills contained in the Learning Objectives (LO).

With more details:

TM 1 - LO 1, LO 2, LO 3, LO 4, LO 5 and LO 6

TM 2 - LO 1, LO 2, LO 3, LO 4, LO 5 and LO 6

TM 3 - LO 1, LO 2, LO 3, LO 4, LO 5 and LO 6

BIBLIOGRAFIA PRINCIPAL: MAIN BIBLIOGRAPHY:

Kingsnorth, S. (2019). Digital Marketing Strategy 2ed. Kogan. London. ISBN: 978-0-7494-8422-4

Chaffey, D. Fiona, E. (2019) Digital Marketing Strategy, Implementation and Practice 7ed. Pearson. UK. ISBN: 978-1-292-24157-9



OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL (ODS) / SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS (SDGs)

4 - Garantir o acesso à educação inclusiva, de qualidade e equitativa, e promover oportunidades de aprendizagem ao longo da vida para todos / 4 - Ensure inclusive and equitable quality education and promote lifelong learning opportunities for all

OBSERVAÇÕES (assinalar sempre que a UC seja optativa)

OBSERVATIONS