



## 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 RESPECTIVA 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):**

Nelson Pimenta (30 H)

**OTHER ACADEMIC STAFF AND LECTURING LOAD IN THE CURRICULAR UNIT:**

Nelson Pimenta (30 H)

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

- OA1. Compreender o papel estratégico do marketing digital nas organizações
- OA2. Analisar a economia das plataformas, dos ecossistemas e da atenção
- OA3. Aplicar frameworks de planeamento estratégico digital
- OA4. Desenvolver estratégias suportadas por dados e inteligência de cliente
- OA5. Integrar Inteligência Artificial e MarTech na estratégia
- OA6. Definir indicadores, métricas e modelos de medição e otimização
- OA7. Analisar as implicações éticas, de privacidade e de governação dos dados e da IA
- OA8. Conceber estratégias de crescimento digital numa lógica omnicanal

**LEARNING OUTCOMES OF THE CURRICULAR UNIT:**

- LO1. Understand the strategic role of digital marketing in organisations
- LO2. Analyse the platform economy, digital ecosystems and the attention economy
- LO3. Apply digital strategic planning frameworks
- LO4. Develop data-driven strategies grounded in customer intelligence
- LO5. Integrate Artificial Intelligence and MarTech into strategy
- LO6. Define performance indicators, metrics and optimisation models
- LO7. Analyse the ethical, privacy and governance implications of data and AI
- LO8. Design digital growth strategies within an omnichannel logic



### CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS:

CP1. Fundamentos do marketing e transformação digital  
CP2. Economia das plataformas, ecossistemas e atenção  
CP3. Formulação da estratégia digital e customer journey  
CP4. Modelos de planeamento, orçamentação e KPI  
CP5. Estratégia baseada em dados e personalização  
CP6. Inteligência Artificial, MarTech e crescimento digital  
CP7. Medição, privacidade, ética e tendências emergentes

### SYLLABUS:

SC1. Digital marketing foundations and transformation  
SC2. Platform economy, ecosystems and attention  
SC3. Strategy formulation and customer journey  
SC4. Planning models, budgeting and KPIs  
SC5. Data-driven strategy and personalisation  
SC6. AI, MarTech and digital growth  
SC7. Measurement, privacy, ethics and trends

### DEMONSTRAÇÃO DA COERÊNCIA DOS CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS COM OS OBJETIVOS 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:

ME 1 - OA 1 a OA 8

ME 2 - OA 1, OA 2, OA 5, OA 7, OA 8

ME 3 - OA 4, OA 5, OA 6

ME 4 - OA 3, OA 4, OA 6, OA 8

ME 5 - OA 1, OA 2, OA 7

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

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 to LO 8

TM 2 - LO 1, LO 2, LO 5, LO 7, LO 8

TM 3 - LO 4, LO 5, LO 6

TM 4 - LO 3, LO 4, LO 6, LO 8

TM 5 - LO 1, LO 2, LO 7



#### **METODOLOGIAS DE ENSINO:**

Exposição teórica com casos práticos  
Discussão de casos de estudo  
Análise aplicada de dados em aula  
Trabalho de grupo com apresentação  
Recensão crítica individual

#### **TEACHING METHODOLOGIES:**

Theoretical concepts supported by cases  
Discussion of case studies  
Applied data analysis in class  
Team work with presentation  
Individual critical review

#### **AVALIAÇÃO**

Avaliação: Trabalho de grupo (60%) e Recensão crítica (40%)

#### **EVALUATION**

Assessment: Team work (60%) and individual critical review (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:**

Chaffey, D., Ellis-Chadwick, F., & Abed-Rabbo, M. (2025). *Digital Marketing* 9ed . Pearson. UK. ISBN: 978-1-292-73808-6

Davenport, T. H., & Mittal, N. (2023). *All-in on AI*. Harvard Business Review Press. Boston. ISBN: 978-1-64782-469-3

Iansiti, M., & Lakhani, K. R. (2020). *Competing in the Age of AI*. Harvard Business Review Press. Boston. ISBN: 978-1-63369-762-1

Kingsnorth, S. (2025). *Digital Marketing Strategy* 4ed . Kogan Page. London. ISBN: 978-1-398-62206-7

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2023). *Marketing 6.0*. Wiley. Hoboken. ISBN: 978-1-119-83521-9

Parker, G. G., Van Alstyne, M. W., & Choudary, S. P. (2016). *Platform Revolution*. W. W. Norton. New York. ISBN: 978-0-393-24913-2

Rogers, D. L. (2023). *The Digital Transformation Roadmap*. Columbia Business School Publishing. New York. ISBN: 978-0-231-19658-1

**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**