



INSTITUTO POLITÉCNICO DO CÁVADO E DO AVE

ESCOLA SUPERIOR DE HOTELARIA E TURISMO

PÓS-GRADUAÇÃO

MARKETING DIGITAL

Barcelos
setembro de 2019

1. OBJETIVOS

As qualificações específicas e avançadas na área do Marketing Digital são tidas como prioritárias para diversas organizacionais, desde PME's a grandes empresas, potenciando a empregabilidade dos profissionais que possuem tais competências.

A Pós-Graduação em Marketing Digital pretende dar resposta à necessidade de uma maior qualificação na área do Marketing Digital, fornecendo uma base que permita que aos interessados uma atuação organizacional eficaz nos mais diversos setores da economia.

Esta pós-graduação pretende transferir competências de marketing digital, possibilitando aos seus alunos um maior ganho na utilização de ferramentas e conhecimentos do mundo digital.

A Pós-Graduação em Marketing Digital visa permitir uma mais fácil integração no mercado de trabalho, com competências fundamentais no marketing das organizações.

Concluído o Curso de Pós Graduação em Marketing Digital, os diplomados deverão ser capazes de:

- Conhecer as especificidades do marketing digital e distinguir diferentes tendências e plataformas digitais;
- Utilizar métricas específicas do marketing em ambiente digital, nomeadamente ao nível da medição de resultados para estudos de segmentação e targeting;
- Aplicar estratégias de marketing em contexto de social media e do mobile marketing;
- Aplicar estratégias de web CRM (*web customer relationship management*);
- Compreender as disposições legais próprias do Direito Digital, nomeadamente, em termos de aplicação do Regulamento Geral de Proteção de Dados (RGPD);
- Identificar e categorizar elementos básicos de comunicação na estrutura web, o impacto e influência dos mesmos na capacidade de comunicação e medição de resultados obtidos para criação de estruturas web eficazes.
- Criar layouts web recorrendo a ferramentas simplificadas de criação de estruturas web.

2. DESTINATÁRIOS

Este Curso destina-se a:

- a) Titulares do grau de licenciado ou equivalente e/ou bacharel em Marketing, Gestão, Economia, Design, Turismo, Hotelaria, Banca, Seguros, ou áreas afins;
- b) Titulares de um grau académico superior estrangeiro conferido na sequência de um 1º ciclo de estudos organizados de acordo com o modelo de Bolonha por um Estado aderente a este Processo, em Gestão, Marketing, Economia, Design, Turismo, ou áreas afins;
- c) Detentores de um currículo académico, científico ou profissional na área da Direção Organizacional/Empresarial, que seja reconhecido como atestando capacidade para frequência destes cursos pelo Conselho Técnico-Científico da Escola Superior de Hotelaria e Turismo do IPCA.

3. PLANO DE ESTUDOS

Instituto Politécnico do Cávado e do Ave

Escola Superior de Hotelaria e Turismo

Pós-Graduação em Marketing Digital

Áreas Científicas predominantes: Marketing

	Unidades Curriculares	Área Científica	Créditos	
			Contacto	ECTS
1º Semestre	1. Gestão de Marketing na Era Digital	Marketing	20	3
	2. O Consumidor e as Tendências Digitais	Marketing	20	3
	3. Métricas do Marketing Digital	Marketing	20	3
	4. Social Media Marketing	Marketing	20	3
	5. Mobile Marketing	Marketing	20	3
2º Semestre	6. Web CRM (Customer Relationship Management)	Marketing	20	3
	7. Direito Digital	Direito	20	3
	8. Produção de Conteúdos Digitais	Design	20	3
	9. Web Design	Design	20	3
	10. Projeto Final	Marketing	20	3

4.1 – Breve descrição do conteúdo programático das unidades curriculares a lecionar.

1º SEMESTRE:

1. *Gestão de Marketing na Era Digital*

Caracterização do marketing na era digital
Especificidades do marketing digital

2. *O Consumidor e as Tendências Digitais*

O consumidor de serviços digitais
Práticas de marketing digital
Tendências de consumo digitais
Segmentação e targeting

3. *Métricas do Marketing Digital*

Returning visitor
First visit
Brand awareness
Return on Marketing Investment
Web traffic sources
Customer lifetime value
Click through rate
Content downloads
Cost per action
Leads generated
Sessions by device type

4. *Social Media Marketing*

O papel das redes sociais no marketing digital
Redes sociais no contexto do B2B
Redes sociais no contexto do B2C

5. *Mobile Marketing*

Aplicações móveis
SMS/MMS
Cupões
Banners
Jogos
Push notifications
QR Codes
Proximity systems

2º SEMESTRE:

6. *Web CRM*

CRM na era digital

7. *Direito Digital*

O direito e o Marketing Digital;
Questões legais do comércio eletrônico;
Privacidade e proteção de dados no ambiente digital (RGPD);

8. *Produção de Conteúdos Digitais*

Medias digitais, princípios e conceitos
Fotografia, métodos de captação, princípios e variáveis
Manipulação Fotográfica, ferramentas, técnicas, formatos e otimização
AudioVisual, métodos de captação e conceitos

9. *Web Design*

Considerações introdutórias para redesign de páginas web
A importância da página inicial
Layouts: adequação ao objetivo e eficiência de comunicação
Conteúdo: o que incluir e como incluir
Análise de layouts web e sua estrutura
Criação de layout e página web

10. Projeto Final