

|                          |   |                   |  |
|--------------------------|---|-------------------|--|
| Unidade Curricular       | Opção 3 - Práticas de e-Marketing                 | Área Científica   | Gestão   |
| Licenciatura em          | Gestão de Negócios Internacionais (Curso Europeu) | Escola            | Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Bragança |
| Ano Letivo               | 2019/2020   | Ano Curricular    | 2  |
| Tipo                     | Semestral   | Semestre          | 1  |
| Horas totais de trabalho | 81  | Horas de Contacto | T - TP 26 PL - TC - S - E - OT 4 O -               |
| Nível                    | 1-2   | Créditos ECTS     | 3.0  |
| Código                   | 8487-541-2106-02-19                               |                   |  |

T - Ensino Teórico; TP - Teórico Prático; PL - Prático e Laboratorial; TC - Trabalho de Campo; S - Seminário; E - Estágio; OT - Orientação Tutoria; O - Outra

Nome(s) do(s) docente(s) Alcina Maria Almeida Rodrigues Nunes, Joao Pedro Almendra Xavier Teixeira

### Resultados da aprendizagem e competências

No fim da unidade curricular o aluno deve ser capaz de:

1. Explicar a importância do E-marketing;
2. Explicar e ilustrar o uso de motores de busca de marketing, publicidade online e estratégias de marketing online;
3. Explicar o papel dos planos de E-marketing como componente de planos corporativos;
4. Analisar criticamente as opções de planeamento, e oferecer soluções alternativas práticas e construtivas;
5. Formular um plano de E-marketing integrado;
6. Descrever detalhadamente a implementação de um plano de E-marketing, incluindo a gestão da eventual mudança organizacional;
7. Explicar a forma de integrar as estratégias de marketing tradicional com as ferramentas eletrónicas de marketing.

### Pré-requisitos

Antes da unidade curricular o aluno deve ser capaz de:

1. Compreender e aplicar princípios gerais da gestão empresarial;
2. Usar ferramentas informáticas e navegadores de internet.

### Conteúdo da unidade curricular

O contexto de E-Marketing; Ambiente de E-Marketing; Estratégia de E-Marketing; Gestão de E-Marketing.

### Conteúdo da unidade curricular (versão detalhada)

1. O contexto do E-marketing
  - O passado, presente e futuro
  - O E-marketing estratégico e a medição da performance
  - O plano de E-marketing
2. O ambiente de E-marketing
  - O E-marketing global
  - Questões éticas e legais
  - Ferramentas de E-marketing
3. A estratégia de E-marketing
  - A investigação em E-marketing
  - O comportamento online do consumidor
  - Estratégias de segmentação, alvos, diferenciação e posicionamento
4. Gestão de E-marketing
  - Produto: oferta online
  - Preço: valor online
  - A Internet para distribuição
  - Comunicação E-marketing: media próprios
  - Comunicação E-marketing: media paga
  - Comunicação E-marketing: ganhos com os media
  - Gestão da fidelização de clientes

### Bibliografia recomendada

1. Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2017). Digital Marketing (7th Edition). Prentice Hall.
2. Chaffey, D., Hemphil, T., & Edmunson-Bird, D. (2019). Digital Business and E-Commerce Management: Strategy. (7th Edition). Prentice Hall.
3. Frost, R., Fox, A. K., & Strauss, J. (2018). E-Marketing: International Editions (8th Edition). Routledge.
4. Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2016). Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital (1st Edition). Wiley.
5. Ryan, D. (2016). Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation (4th Edition). Kogan Page.

### Métodos de ensino e de aprendizagem

Aulas teórico-práticas, utilizando recursos audiovisuais. Estudos de casos, incorporados nas aulas, com o intuito de oferecer aos alunos a oportunidade de aplicarem, em contexto de vida real e na prática, os conceitos teóricos lecionados.

### Alternativas de avaliação

1. Alternativa 1 - (Ordinário, Trabalhador) (Final, Recurso)
  - Trabalhos Práticos - 50%
  - Exame Final Escrito - 50%
2. Alternativa 2 - (Trabalhador) (Final, Recurso)
  - Exame Final Escrito - 100%
3. Alternativa 3 - (Ordinário, Trabalhador) (Especial)
  - Exame Final Escrito - 100%

### Língua em que é ministrada

Inglês

## Validação Eletrónica

|                                      |                          |                            |
|--------------------------------------|--------------------------|----------------------------|
| Alcina Maria Almeida Rodrigues Nunes | António Borges Fernandes | Paulo Alexandre Vara Alves |
| 28-10-2019                           | 11-11-2019               | 13-11-2019                 |