

## **Caracterização da Unidade Curricular / Characterization of the Curricular Unit**

**Designação da Unidade Curricular (UC) / Title of Curricular Unit (CU):** Plano de Marketing Digital / Digital Marketing Plan

**Área científica da UC / CU Scientific Area:** Marketing e Publicidade / Marketing and Publicity

**Semestre / Semester:** 3º

**Número de créditos ECTS / Number of ECTS credits:** 6

**Carga horária por tipologia de horas / Workload by type of hours:** TP: 45; OT: 6; O: 9

**Carga letiva semanal / Weekly letive charge:** 3h

**Docente responsável / Responsible professor:** Carlos Alberto de Mesquita Pinto Bessa, Doutor

### **Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):**

A unidade curricular Plano de Marketing Digital tem como objetivo proporcionar aos discentes conhecimentos que lhes permitam analisar a situação atual da marca/empresa na perspetiva interna e externa, definir objetivos de marketing, definir o orçamento de marketing digital, escolher as estratégias de marketing digital mais adequadas, construir ações de marketing digital e identificar formas e momentos de controlar avaliar a execução do plano.

### **Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):**

The Digital Marketing Plan curricular unit aims to provide students with knowledge that allows them to analyze the current situation of the brand/company from an internal and external perspective, define marketing objectives, define the digital marketing budget, choose digital marketing strategies more appropriate, build digital marketing actions and identify ways and moments to control and evaluate the execution of the plan.

### **Conteúdos programáticos:**

- 1 - Análise da situação
- 2 - Objetivos
- 3 - Orçamento
- 4 - Estratégia de marketing digital
- 5 - Táticas de marketing digital
- 6 - Ações de marketing digital
- 7 - Controlo
- 8 - Avaliação

### **Syllabus:**

- 1 - Situation analysis

- 2 – Objectives
  - 3 – Budget
  - 4 – Digital marketing strategy
  - 5 – Digital marketing tactics
  - 6 – Digital marketing actions
  - 7 – Control
  - 8 – Evaluation
- 

**Sem Validade  
Administrativa**