

Caracterização da Unidade Curricular / Characterization of the Curricular Unit

Designação da Unidade Curricular (UC) / Title of Curricular Unit (CU): Mobile Marketing

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: Bruno Ricardo Gomes Fernandes, Mestre

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

No final da unidade curricular, os alunos deverão ser capazes de:

- Selecionar estratégias de mobile marketing;
- Identificar e implementar boas práticas de comunicação em mobile marketing nos diversos canais;
- Identificar e implementar ações de otimização nos diferentes canais de mobile marketing;
- Manipular ferramentas para otimização em mobile marketing;
- Avaliar os resultados obtidos;
- Fazer a segmentação da comunicação.

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

At the end of the course unit the learner is expected to be able to: Select mobile marketing strategies:

- Select mobile marketing strategies;
- Identify and implement best practices in mobile marketing communication in the different channels;
- Identify and implement optimization actions in the different channels of mobile marketing;
- Manipulate tools for optimization in mobile marketing;
- Evaluate the results obtained;
- Perform communication segmentation.

Conteúdos programáticos:

1. Mobile Marketing

- 1.1. O que é?
- 1.2. Contexto histórico
- 1.3. Atualidade
- 1.4. Diferenças para os restantes meios
- 1.5. Potencialidades

2. Estratégias de Mobile Marketing

- 2.1. Como definir objetivos
- 2.2. KPIs
- 2.3. Monitorização

3. Especificidades

- 3.1. Mobile friendly site
- 3.2. Mobile friendly e-mail
- 3.3. SMS e MMS

4. Aplicações Móveis

- 4.1. Push notifications
- 4.2. In-App notifications
- 4.3. In-game mobile marketing
- 4.4. QR codes
- 4.5. Bluetooth
- 4.6. Baseado em geolocalização

5. Conjunção de todos os meios

6. Otimização de motores de pesquisa mobile

7. Publicidade em Mobile Marketing

8. E-Commerce Mobile

9. Automatismos em Mobile Marketing

10. Privacidade (RGPD)

11. Vírus e Spam

Syllabus:

1. Mobile Marketing

- 1.1. What is it?
- 1.2. Historical Context
- 1.3. Nowadays

Sem Validade
Administrativa

- 1.4. Differences to other media
- 1.5. Potentials

2. Mobile Marketing Strategies

- 2.1. How to define objectives
- 2.2. KPIs
- 2.3. Monitoring

3. Specificities

- 3.1. Mobile friendly site
- 3.2. Mobile friendly e-mail
- 3.3. SMS and MMS

4. Mobile Applications

- 4.1. Push notifications
- 4.2. In-App notifications
- 4.3. In-game mobile marketing
- 4.4. QR codes
- 4.5. Bluetooth
- 4.6. Based on geolocation

5. Conjunction of all the means

6. Mobile search engine optimization

7. Mobile Marketing Advertising

8. Mobile E-Commerce

9. Automatism in Mobile Marketing

10. Privacy (RGPD)

11. Virus and Spam

**Sem Validade
Administrativa**