

Programa Analítico de Disciplina

ADM 323 - Marketing Digital

Departamento de Administração e Contabilidade - Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes

Catálogo: 2022

Número de créditos: 4

Carga horária semestral: 60h

Carga horária semanal teórica: 4h

Carga horária semanal prática: 0h

Semestres: II

Objetivos

A disciplina tem como objetivo apresentar os principais conceitos de marketing digital. Os alunos devem ser capazes de desenvolver e implementar estratégias de marketing digital para as organizações.

Ementa

Principais conceitos de marketing Digital. Comportamento do consumidor na era digital. Planejamento Estratégico de Marketing Digital. Gestão de Marcas no Contexto Digital. Estratégias de Mídia Social e Redes Sociais. SEO - Search Engine Optimization. Ads e Analytics.

Pré e correquisitos

ADM 320 ou ADM 334

Oferecimentos obrigatórios

Não definidos

Oferecimentos optativos

Curso	Grupo de optativas
Administração	Geral
Ciências Contábeis	Geral

ADM 323 - Marketing Digital

Conteúdo						
Unidade	T	P	ED	Pj	To	
1. Introdução 1. Principais Conceitos de Marketing Digital 2. Comunicação e marketing digital 3. Mídia própria, mídia adquirida e mídia paga	12h	0h	0h	0h	12h	
2. Comportamento do Consumidor na Era Digital 1. Jornada do Cliente 2. Experiência do Cliente 3. Engajamento online	8h	0h	0h	0h	8h	
3. Gestão de Marcas na era digital 1. Marketing de Conteúdo: ferramentas e estratégias de branding 2. Tipos de Conteúdo	8h	0h	0h	0h	8h	
4. Gestão de Mídia Social 1. Estratégias de Planejamento de Mídia Social 2. Zonas de Mídia Social 3. Personas, funil de vendas, call-to-action	20h	0h	0h	0h	20h	
5. SEO, Analytics e Ads. 1. Search Engine Optimization 2. Analytics e Métricas 3. Ads e Mensuração de resultados	12h	0h	0h	0h	12h	
Total	60h	0h	0h	0h	60h	

Teórica (T); Prática (P); Estudo Dirigido (ED); Projeto (Pj); Total (To);

Planejamento pedagógico	
Carga horária	Itens
Teórica	<i>Não definidos</i>
Prática	<i>Não definidos</i>
Estudo Dirigido	<i>Não definidos</i>
Projeto	<i>Não definidos</i>
Recursos auxiliares	<i>Não definidos</i>

ADM 323 - Marketing Digital

Bibliografias básicas	
Descrição	Exemplares
ADOLPHO, C. Os 8 P's do Marketing Digital. Leya, 2019.	0
GABRIEL, M. Marketing na era digital: conceitos, plataformas e estratégias. São Paulo: Novatec, 2010.	0
REZ, R. Marketing de conteúdo: a moeda do século XXI. São Paulo: DVS Editora 2016.	0
KOTLER, P.; KARTAJAYA, H.; SETIAWAN, I. Marketing 4.0: do tradicional ao digital. Rio de Janeiro: Sextante, 2017.	0

Bibliografias complementares	
Descrição	Exemplares
EVANS, D. Social Media Marketing. New Jersey: John Wiley and Sons, 2010.	0
KAPFERER, JeanNoël. (2012) The new strategic brand management: advanced insights and strategic thinking. Great Britain: Kogan Page Limited. 2012.	0
KAUSHIK, A. Web Analytics 2.0 Rio de Janeiro: AltaBooks, 2010.	0
TUTEN, T. L.; SOLOMON, M. Social Media Marketing. New Jersey: Pearson, 2013.	0

A autenticidade deste documento pode ser conferida no site <https://siadoc.ufv.br/validar-documento> com o código: MZ8J.VQ5E.BHTZ