

# 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
<b>1. Introdução</b> 1. Principais Conceitos de Marketing Digital 2. Comunicação e marketing digital 3. Mídia própria, mídia adquirida e mídia paga	12h	0h	0h	0h	12h
<b>2. Comportamento do Consumidor na Era Digital</b> 1. Jornada do Cliente 2. Experiência do Cliente 3. Engajamento online	8h	0h	0h	0h	8h
<b>3. Gestão de Marcas na era digital</b> 1. Marketing de Conteúdo: ferramentas e estratégias de branding 2. Tipos de Conteúdo	8h	0h	0h	0h	8h
<b>4. Gestão de Mídia Social</b> 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
<b>5. SEO, Analytics e Ads.</b> 1. Search Engine Optimization 2. Analytics e Métricas 3. Ads e Mensuração de resultados	12h	0h	0h	0h	12h
<b>Total</b>	<b>60h</b>	<b>0h</b>	<b>0h</b>	<b>0h</b>	<b>60h</b>

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

Planejamento pedagógico	
Carga horária	Itens
Teórica	Não definidos
Prática	Não definidos
Estudo Dirigido	Não definidos
Projeto	Não definidos
Recursos auxiliares	Não definidos

## 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