

Instituto Politécnico de Macau

Escola Superior de Ciências Aplicadas (ESCA)

Curso de Licenciatura em Relações Comerciais China-Países

Lusófonos

Programa da Unidade Curricular

Ano Lectivo 2020/2021

1º Semestre

Unidade Curricular	Web Marketing e Comércio Electrónico		Código	MRKT4111-411	
Pré-requisito	Não tem				
Língua Veicular	Português			Créditos	3
Aulas Teóricas	20 horas	Aulas Práticas	25 horas	Total de Horas	45 horas
Docente	Sílvia Odete da Silva Ferrão		Correio Electrónico	silviaferrao@ipm.edu.mo	
Gabinete	Sala M505, Edifício Meng Tak, Sede do IPM		Telefone	8599-3392	

Objectivos Gerais

O estudante deverá compreender as diferenças entre Marketing tradicional e Web Marketing; apreender as particularidades do Marketing digital e do comércio electrónico; saber estabelecer estratégias de comunicação *online*; conhecer as diferentes ferramentas do comércio electrónico; usar, descrever e explicar os diferentes elementos que fazem parte da infra-estrutura de comércio electrónico; evidenciar a importância da Internet como uma ferramenta essencial do Marketing Relacional.

Tendo em conta a constante evolução nesta área, o estudante deverá também identificar as tendências futuras, ter consciência ética, conhecer as bases em termos de segurança e legislação na implementação de sistemas de comércio e Marketing digital.

Objectivos Específicos

Ao completar a unidade curricular, os estudantes deverão estar aptos a compreender conceitos e executar tarefas essenciais na área do Marketing digital e comércio electrónico, nomeadamente:

1. Entender a evolução do Web marketing até aos nossos dias e compreender os conceitos associados.
2. Fazer um plano de web Marketing.
3. Identificar e escolher os canais e ferramentas de Marketing mais adequados, em contexto.
4. Compreender as principais características e evolução do e-commerce no mundo.
5. Entender os conceitos associados ao e-commerce.
6. Identificar as etapas de criação de um sistema de e-commerce.
7. Ter uma perspectiva crítica e saber analisar sistemas de e-commerce.
8. Compreender como medir e otimizar métricas digitais.
9. Ter consciência ética, de sistemas de segurança e da lei na criação de sistemas de comércio e marketing digital.
10. Identificar a importância m-commerce na actualidade.
11. Compreender o comportamento do consumidor na actualidade.
12. Identificar as tendências futuras do mundo digital, as implicações éticas, legais e de segurança.

Conteúdos

- | | |
|--|------------|
| 1. Estratégias de web Marketing | (14 horas) |
| 1.1 As variáveis estratégicas e criação de plano de Web Marketing | |
| 1.2 Canais, ferramentas e implementação de sistemas Web Marketing | |
| 2. O comportamento do consumidor e inovação em produtos e serviços | (7 horas) |
| 3. Sistemas de Comércio Electrónico | (15 horas) |
| 3.1 Evolução e projectos de e-commerce e m-commerce com sucesso | |
| 3.2 Criação de lojas <i>online</i> | |
| 4. Métricas de desempenho <i>online</i> | (3 horas) |
| 5. Ética, segurança e legislação | (3 horas) |
| 6. O futuro do e-commerce e web Marketing | (3 horas) |

Método de Ensino

Apresentação dos conteúdos teóricos através de método expositivo, recorrendo a exemplos realistas, usando textos, vídeos e estudos de caso. Realização de trabalhos e discussões em grupo. A componente prática, terá por base ensino laboratorial com desenvolvimento de projectos.

Assiduidade dos Alunos

A assiduidade às aulas rege-se pelo disposto no “Regulamento Pedagógico dos Cursos Conferentes do Grau de Licenciado do Instituto Politécnico de Macau”.

Avaliação

A nota é atribuída em termos percentuais, sendo 100 a pontuação máxima e 50 a nota positiva mínima.

	Item	Descrição	Percentagem
1.	Trabalhos	Efectuados dentro e fora do horário lectivo	60%
2.	Exame final		40%
Total de Percentagem:			100%

Qualquer aluno que obtenha menos de 35% no exame final terá de se submeter ao exame suplementar, independentemente da média final.

Material de Estudo

Adolpho, C. (2012). *Os 8 Ps do Marketing Digital: o guia estratégico de Marketing digital*. Alfragide: Texto.

Afonso, C., Monteiro, D., Amaral, I., Neto, J., & Remondes, J. (2016). *Marketing Digital & E-Commerce* (1a. Edição). Viseu: Psicossoma.

Barreto, A. M. (2013). *Valorize a sua marca no Facebook*. bnomics.

Caraméz, R. P. (2013). *Como ter sucesso no LinkedIn* (PACTOR). Lisboa: Lidel.

Carter, B. (2013). *Ganhar com o Facebook: como maximizar a sua presença nas redes sociais*. Marcador Editora.

Cobra, M., & Brezzo, R. (2010). *O novo Marketing*. São Paulo: Elsevier.

Côrte-Real, A., Lima, A. P., Hultén, B., Ramos, C., Roseira, C., Rodrigues, C., ...Silva, S. C. (2014). *Novos horizontes do Marketing*. (C. M. Brito & P. Lencastre, Eds.). Alfragide: D. Quixote.

Erisman, P. (2016). *Por dentro do Alibaba: Como uma incrível empresa chinesa está mudando os rumos dos negócios mundiais*. São Paulo: Saraiva.

Faustino, P. (2019). *Marketing Digital na prática*. Barcarena: Marcador Editora.

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: mudança do tradicional para o digital*. Coimbra: Actual Editora.

- Lendrevie, J., Baynast, A., Dionísio, P., & Rodrigues, J. V. (2010). *Publicitor: Comunicação 360° online offline* (7a. Edição). Alfragide: D. Quixote.
- Lindstrom, M. (2017). *Small Data: as pequenas pistas que revelam as grandes tendências*. Lisboa: Gestão Plus.
- Lopes, C. A. (2017). *Realidade Aumentada aplicada em mobile marketing*. Viseu: Edições Esgotadas.
- Marques, V. (2017). *Marketing Digital 360*. Coimbra: Actual Editora.
- Pereira, D., Monteiro, D., Fernandes, E., Amaral, I., Miranda, M., Faustino, P., ... Remondes, U. (2018). *Marketing Digital & E-Commerce #2 - Gestão de Conteúdos e Publicidade Online* (1a. Edição). Viseu: Psicossoma.
- Raposo, M. (2017). *Torna-te um GURU das redes sociais* (1 edição). Manuscrito.
- Turchi, S. R. (2018). *Estratégias de Marketing Digital e e-Commerce* (2a edição). São Paulo: Atlas.
- Virginia, C. (2014). *The Social Book: Tudo o que precisa saber sobre o Facebook*. Actual Editora.
- Zeferino, A. (2016). *Digital Marketing Analytics: optimize o valor da sua estratégia digital*. Sabedoria Alternativa produções.