

Curso	Engenharia Informática			Ano letivo	12/13		
Unidade Curricular	Marketing e Internet			ECTS	6		
Regime	Opcional						
Ano	2 e 3	Semestre	2º sem	Horas de trabalho globais			
Docente (s)	Isabel Cristina da Silva de Morais			Total	112	Contacto	75
Coordenador da Área Disciplinar	Professor Coordenador Amândio Baía						

GFUC previsto

1. OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM

A Unidade Curricular de E-Marketing tem como principais objetivos:

- Identificar e analisar marketing na Internet
- Planear e gerir estratégias de marketing no campo do e-business
- Construção e manutenção de sites.

2. CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS

1. INTRODUÇÃO AO E-MARKETING

- Vantagens para os negócios?
- Novo canal de Marketing
- Os novos mandamentos da economia digital e o seu impacto

2. E-BUSINESS

- Conceitos, Definições, vantagens e modelos de negócio eletrónico.
- Infopoluição

3. E-EMPRESAS

- Empresas "Virtuais"
- Metamorfose
- Etapas no desenvolvimento

4. E-ESTRATÉGIAS

- Importância da Inovação
- Reengenharia da Cadeia de Valor
- Nova dimensão comercial
- Modelos de negócio

- *Erro estratégico da "Dot.com"*

5. E-TÁTICAS

- *Micro-Segmentação*
- *Posicionamento no Mundo Virtual*
- *Marketing-Mix*

6. E-AÇÕES

- *Planeamento, Desenvolvimento, Publicação e Publicitação do Site*

7. CRIAÇÃO, CONSTRUÇÃO, GESTÃO E MANUTENÇÃO DE UM SITE

- *Tipo de site versus tipo de empresa*
- *Características, Check list e Intervenientes para um site de sucesso*

8. AVALIAÇÃO E CONTROLO DE ESTRATÉGIAS DE E-MARKETING

- *Avaliação do Desempenho e Controlo da Produtividade do site*
- *E-Avaliação e E-Controlo da Comunicação On-Line*

9. ÉTICA NO E-MARKETING

- *Imperativo ético na Era de Informação*

3. DEMONSTRAÇÃO DA COERÊNCIA DOS CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS COM OS OBJETIVOS DA UC

Os conteúdos programáticos abordados permitem dotar os alunos de competências para a delineação e operacionalização de estratégias de e-marketing.

No sentido de dotar os alunos de capacidades que lhes permitam desenvolver estratégias de marketing no campo do e-business, são leccionadas as temáticas que constam nos pontos 1, 2, 3, 4, 5 e 9 do programa da UC.

Com o objetivo dos alunos aprenderem aspectos relativos à criação, construção e manutenção de sites, são leccionados os capítulos 6, 7 e 8 do programa da UC.

4. BIBLIOGRAFIA PRINCIPAL

Ellsworth, Jill H. & Ellsworth, Mathew V. (1995), Marketing on the Internet, John Wiley and Sons, Inc.

Ferrão, Francisco (2003), CRM - Marketing e Tecnologia, Escolar Editora

Martins, Luís (2003), WEBMarketing Prático, Lidel.

Reis, José Luís (2000), O Marketing Personalizado e as Tecnologias de Informação, Centroatlântico.

Rodrigues, Dário Félix (2002), E-Business na ótica de Marketing, Lidel.

Scott, David Meeerman (2008), As novas regras de Marketing e Relações Públicas, Porto Editora.

Sheth, Jagdish N., Eshghi, Abdolreza e Krishnan, Balaji C. (2002), Marketing na Internet, Bookman.

5. METODOLOGIAS DE ENSINO (REGRAS DE AVALIAÇÃO)

Época Normal:

Escolher uma das duas opções:

- *Teste escrito (60%) e Trabalho Prático (40%):* para a aprovação à unidade Curricular a média ponderada deverá ser igual ou superior a 9,5 valores. O teste escrito tem uma nota mínima igual a 8 valores.
- *Teste escrito (100%)*

Época Recurso:

Escolher uma de duas opções:

- *Teste escrito (60%) e Trabalho Prático realizado durante o semestre (40%):* para a aprovação à unidade Curricular a média ponderada deverá ser igual ou superior a 9,5 valores. O teste escrito tem uma nota mínima igual a 8 valores.
- *Teste escrito (100%)*

6. DEMONSTRAÇÃO DA COERÊNCIA DAS METODOLOGIAS DE ENSINO COM OS OBJETIVOS DA UNIDADE CURRICULAR

Para se atingirem os objetivos propostos a metodologia na unidade curricular assenta em princípios de formação teórica-prática. Os métodos e técnicas pedagógicas a aplicar durante as sessões passam pela apresentação dos conceitos paralelamente à apresentação de exemplos baseados em situações reais e na discussão dos conceitos apresentados.

É também apresentada uma ferramenta para a construção de sites Para o efeito é solicitada a colaboração de um docente com formação em Informática, que além da apresentação da ferramenta também tira as duvidas relativas à sua utilização.

7. REGIME DE ASSIDUIDADE

Não se aplica.

8. CONTACTOS E HORÁRIO DE ATENDIMENTO

Contactos:

isabelmorais@ipg.pt; gabinete 32

Horário de Atendimento:

2ª feira: 9:00 – 11:00h; 3ª feira: 9:00 – 10:30h.

9. OUTROS

Não se aplica.

Data:

Docente da UC:

Coordenador da Área Científica: