

Ano Lectivo	2016/17																									
Curso	Administração de Publicidade e Marketing																									
Unidade Curricular	Tecnologias e Serviços da Internet																									
Língua de ensino	Português																									
ECTS/tempo de trabalho (horas)	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">ECTS</th> <th rowspan="2">Total</th> <th colspan="7">Horas de contacto semestral</th> </tr> <tr> <th>T</th> <th>TP</th> <th>PL</th> <th>S</th> <th>TC</th> <th>O</th> <th>OT</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>5</td> <td>130</td> <td></td> <td>15</td> <td>45</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>4</td> </tr> </tbody> </table> <p>T - Teóricas; TP - Teórico-práticas; PL - Prática-laboratorial; S - Seminário; OT - Orientação tutorial; TC - Trabalho de campo; E - Estágio; O* - Outras horas caracterizadas como Ensino Clínico ao abrigo da Diretiva nº 77/453/CEE de 27 Junho adaptada pela Diretiva 2005/36/CE;</p>	ECTS	Total	Horas de contacto semestral							T	TP	PL	S	TC	O	OT	5	130		15	45				4
ECTS	Total			Horas de contacto semestral																						
		T	TP	PL	S	TC	O	OT																		
5	130		15	45				4																		
Docente Responsável/Carga letiva [nome completo e e-mail]	Secundino Domingos Marques Lopes / secundino.lobes@estgp.pt																									
Outros Docentes e respetivas cargas letivas [nome completo e e-mail]	Mário João Lage Correia / mariojlc@estgp.pt																									
Pré-requisitos [competências à entrada; pré-requisitos; precedências]	Não tem																									
Objetivos da aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências) a desenvolver pelos estudantes, operacionalização dos objetivos e medição do seu grau de cumprimento)	<p>A evolução das tecnologias de informação e comunicação tem produzido grandes alterações na sociedade em geral. Na generalidade, as pessoas estão mais informadas e procuram respostas atempadas aos seus níveis de exigências para a satisfação das suas necessidades. Esta realidade desperta nos indivíduos, ditos consumidores aos olhos do marketing, a necessidade de recurso às ferramentas / tecnologias disponíveis para assim permitir a melhor e a mais célere interação com os demais produtos e marcas existentes no mercado.</p> <p>Nesta perceção, é imprescindível que o profissional de marketing (marketeer) comporte aptidões ao nível das potencialidades do paradigma de marketing digital, quer na abordagem e discussão das terminologias específicas associadas, bem como do conhecimento e “mínima” exploração das tecnologias disponíveis. Neste sentido, a elencar como objetivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Compreender a utilidade e formas de utilização das novas tecnologias de serviços e da internet, dotando os alunos de capacidade técnica para a utilização / construção de meios de comunicação interativos ao serviço do marketing; • Compreender o conceito de multiplataformas, como designação das situações em que o acesso à Internet pode ser efetuado através de diferentes plataformas tecnológicas; • Compreender a potenciação que estas ferramentas têm no lançamento de novos produtos e serviços baseados na Internet a três dimensões, tendo por base o conceito tecnológico das multiplataformas nas ações e estratégias de marketing; 																									
Conteúdos Programáticos [estrutura de conteúdos a desenvolver para o total de horas previsto]	<p>PARTE 1 - INTRODUÇÃO À COMUNICAÇÃO DIGITAL E AO MARKETING DIGITAL NOVO PARADIGMA PELA INTEGRAÇÃO DAS NOVAS TECNOLOGIAS NAS ESTRATÉGIAS DE MARKETING O CONCEITO DE BLENDED MARKETING O MARKETING E A WEB 2.0 SOCIAL NETWORKING: UMA FERRAMENTA AO SERVIÇO AO MARKETING DIGITAL AS TECNOLOGIAS MÓVEIS E O MOBILE MARKETING</p> <p>PARTE 2 - TECNOLOGIAS E SERVIÇOS DA INTERNET AO SERVIÇO DO MARKETING DIGITAL INTRODUÇÃO AOS CONTENT MANAGEMENT SYSTEM – CMS (SISTEMAS DE GESTÃO DE CONTEÚDOS) Introdução a soluções CMS Introdução ao sistema JOOMLA: (Instalação e Configuração; Adição de Conteúdos; Administração de Conteúdos) Introdução ao sistema WORDPRESS: (Instalação e Configuração; Adição de Conteúdos; Administração de Conteúdos) INTRODUÇÃO ÀS SOLUÇÕES DE SEARCH ENGINE MARKETING - SEM</p>																									

	<p>INTRODUÇÃO DE TECNOLOGIAS QR-CODES ENQUANTO SOLUÇÕES DE APOIO AO MARKETING</p> <p>Introdução à tecnologia QR-Code</p> <p>Utilização de tecnologias QR-Code em campanhas de Marketing</p> <p>INTRODUÇÃO ÀS TECNOLOGIAS DE MOBILE MARKETING</p> <p>Introdução ao Mobile Application Development</p>
<p>Demonstração da coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos da unidade curricular</p>	<p>Os conteúdos programáticos e os objetivos da Unidade Curricular são coerentes. No mundo atual, a internet e as tecnologias associadas têm um peso relevante, que o futuro profissional de Marketing não pode ignorar.</p> <p>Assim, a UC pretende informar acerca de muitas destas tecnologias e dotar os alunos de competências técnicas relativas à internet.</p>
<p>Metodologias de ensino (avaliação incluída)</p> <p>[indicar os produtos, critérios e pesos de avaliação] (máx1000 caracteres)</p>	<p>1 - Metodologias de ensino</p> <p>A unidade curricular será ministrada em aulas teórico-práticas (TP) com natureza expositiva e práticas laboratoriais (PL) com a promoção do cariz exploratório / prático. As aulas TP basear-se-ão, assim, na exposição dos conteúdos evidenciados e na abordagem de casos de estudo. Nas aulas PL serão exploradas diversas tecnologias, recaindo sobre as mesmas a feitura de trabalhos práticos, a solicitar a título individual ou em grupo de trabalho. Será valorizada e promovida uma participação ativa dos alunos, bem como potenciado o manifesto de espírito crítico e criativo.</p> <p>Os materiais de apoio serão publicados na plataforma da Escola, bem como a identificação de bibliografia de suporte recomendada.</p> <p>2 - Avaliação por frequência</p> <p>Avaliação escrita sobre conteúdos da Parte 1 (formato de teste escrito) - 40%</p> <p>Avaliação prática sobre conteúdos da Parte 2 - 60%</p> <p>3 - Avaliação por Exame</p> <p>Avaliação escrita sobre conteúdos da Parte 1 (formato de teste escrito) - 40%</p> <p>Avaliação prática sobre conteúdos da Parte 2 - 60%</p>
<p>Demonstração da coerência das metodologias de ensino com os objetivos da aprendizagem da unidade curricular</p>	<p>As metodologias de ensino e os objetivos da UC são coerentes, na medida em que para compreender o estado da arte, no que respeita à internet e tecnologias conexas, é necessário partir sempre dum enquadramento teórico. O manuseamento das ferramentas informáticas e o seu conhecimento, através da realização de exercícios práticos, dotam o aluno de competências que poderá usar em contexto profissional.</p>
<p>Bibliografia Principal</p>	<p>Ramalho, J. (2002). XML & XSL : da teoria à prática. FCA Editora. Lisboa.</p> <p>World Wide Web Consortium (W3C) – www.w3c.org</p>
<p>Bibliografia Complementar</p>	
<p>Situações especiais</p> <p>[estudantes com estatuto especial]</p>	<p>1 - Avaliação por frequência</p> <p>Os alunos em mobilidade e alunos com estatuto especial serão sujeitos às mesmas normas de avaliação. No que concerne a observância de necessidades educativas “especiais”, sugere-se a necessária “denúncia” para assim se promover o reforço de acompanhamento.</p> <p>2 - Avaliação por Exame</p> <p>Os alunos em mobilidade e alunos com estatuto especial serão sujeitos às mesmas normas de avaliação. No que concerne a observância de necessidades educativas “especiais”, sugere-se a necessária “denúncia” para assim se promover o reforço de acompanhamento.</p>