



**FUNDAÇÃO ESCOLA DE SOCIOLOGIA E POLÍTICA DE SÃO PAULO**

**Faculdade de Administração da FESPSP**

**PLANO DE ENSINO 2S - 2022**

**I – IDENTIFICAÇÃO**

<b>DISCIPLINA</b>	Gestão de Marketing no Ambiente Digital	<b>CARGA HORÁRIA</b>	60h – 72h/a
<b>CURSO</b>	Administração	<b>SEMESTRE</b>	4º / 6º
<b>PROFESSOR</b>	Karin Müller	<b>TITULAÇÃO</b>	Dra .
<b>CÓDIGO DA DISCIPLINA</b>			

**II – OBJETIVOS**

**GERAL**

Compreender conceitos de marketing voltados para o cenário digital, a partir das estratégias mercadológicas nas redes sociais e outras plataformas. Além disso, tem por objetivo geral desenvolver técnicas e conhecer práticas e ferramentas que possibilitam a inserção de marcas no mercado digital.

**ESPECÍFICOS**

Compreender o conceito de marketing digital. Conhecer as ferramentas e diferentes estratégias utilizadas no cenário digital para mensurar resultados nas redes sociais. Aprender e conhecer as estratégias de Storytelling, gestão de conteúdo entre outras para garantir o sucesso de uma marca.

**III – EMENTA**

Apresenta o conceito de Marketing Digital e sua utilização nas organizações, tendo por base a cultura das redes, uso das multimídias em um cenário atual, com projeções teóricas e metodológicas, encontradas nos estudos do tema, visando a gestão de marketing no futuro. Em seu eixo prático, são desenvolvidas atividades que ampliam uso das técnicas do Marketing tradicional no Marketing digital e suas principais ferramentas (storytelling, gamificação, google analytics, dentre outras). Desenvolve o conceito e prática do planejamento de comunicação e implantação do Marketing digital.

**IV. CONTEÚDO SELECIONADO**

Cenário digital e o Marketing. Conceito e práticas do Marketing digital. Marketing para Redes sociais. Mensuração de resultados. Organização e práticas para gestão de conteúdo estratégico. Storytelling. Planejamento de Comunicação no Marketing digital. Planejamento de Marketing digital.

**V. METODOLOGIA**



Aulas expositivas, exercícios práticos e desenvolvimento de projetos em grupo.

## VI. AVALIAÇÃO

A avaliação será realizada com atividades realizadas em sala ou com entregas e apresentação combinadas. Além disso, será proposto um projeto prático e uma avaliação final.

## VII. BIBLIOGRAFIA

### Bibliografia Básica:

KARTAJAYA, H.; KOTLER, P.; SETIAWAN, I. Marketing 4.0 Do tradicional ao digital. Rio de Janeiro: Campus, 2017.

LONGO, W. Marketing e comunicação na era pós-digital. As regras mudaram. São Paulo: HSM, 2014.

FAUSTINO, P. Marketing digital na prática. São Paulo: DVS, 2019.

### Bibliografia Complementar:

DUALIBI, Roberto & SIMONSEN JR., Harry. Criatividade e Marketing. Makron Books, São Paulo, 2000.

KOTLER, P. & KELLER, K. L. Administração de Marketing, 12ª edição, São Paulo, Prentice Hall, 2019.

OGDEN, James R.; CRESCITELLI, Edson. Comunicação Integrada de Marketing, 2a ed., São Paulo: Pearson, 2007.

FRAGOSO, S.; RECUERO, R.; AMARAL, A. Métodos de pesquisa para internet. Porto Alegre: Sulina, 2011.

JENKINS, H.; FORD, S.; GREEN, J. Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável. São Paulo: Aleph, 2014.

## VIII. CRONOGRAMA DE ATIVIDADES

Data	Modalidade	Conteúdo
09/08	Presencial/Semi	Apresentação da disciplina
16/08	Presencial/Semi	Conceitos de Marketing digital
23/08	Presencial/Semi	Conceitos de Marketing digital: cenários, informação e conteúdo
30/08	Presencial/Semi	Conceitos de Marketing digital: cenários, informação e conteúdo
06/09	Presencial/Semi	Cultura das redes: plataformas
13/09	Presencial/Semi	Atividade
20/09	Presencial/Semi	Reflexões sobre o mundo digital: redes sociais



27/09	Presencial/Semi	Estratégia para redes sociais: conteúdo e mensuração
04/10	Presencial/Semi	Estratégia para redes sociais: conteúdo e mensuração
11/10	Presencial/Semi	Estratégia para o cenário digital: técnicas e ferramentas
18/10	Presencial/Semi	Estratégia para o cenário digital: técnicas e ferramentas
25/10	Presencial/Semi	Palestra/Workshop
01/11	Presencial/Semi	Assessoria para os projetos
08/11	Presencial/Semi	Assessoria para os projetos e Revisão de conteúdo
15/11	Presencial/Semi	FERIADO
22/11	Presencial/Semi	Apresentações
29/11	Presencial/Semi	Avaliação
06/12	Presencial/Semi	Semana de provas substitutivas
13/12	Presencial/Semi	Lançamento de notas
20/12	Presencial/Semi	Semana de exames finais