



UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO
CÂMARA DE GRADUAÇÃO

PROGRAMA ANALÍTICO

DISCIPLINA

Código: IS - 117	MARKETING NA ERA DIGITAL
Créditos : 3T- 1P	Carga Horária: 60 horas/semestre

**Cada crédito Teórico ou Prático corresponde a 15 horas-aula*

DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS ADMINISTRATIVAS

INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS

PROFESSOR(ES): Alessandra Cassol - SIAPE 1112793 E-mail: alessandracassol@ufrj.br, Flavia Luzia Oliveira da Cunha Galindo – SIAPE 2694110 – E-mail: flaviagalindo@uol.com.br; Luciene Gouveia Batista SIAPE 1722145 E-mail: lugouveia@ufrj.br ; Patrícia Leite da Silva Scatolino - SIAPE 3306026 - E-mail: patricialeite@ufrj.br

OBJETIVOS:

GERAL

- Promover a compreensão do novo contexto da Economia Digital e as tendências e ferramentas do Marketing na Era Digital, habilitando o aluno a pesquisar, planejar, desenvolver, gerenciar e mensurar estratégias, ações e iniciativas de marketing voltadas para plataformas digitais móveis e redes sociais na Internet, aplicando-as aos diversos tipos de negócios.

ESPECÍFICOS

- Definir o marketing na era digital e o e-commerce.
- Entender a função do marketing na era digital.
- Compreender marketing eletrônico, *e-marketing* e suas tendências.
- Apresentar e discutir conceitos, teorias e exemplos relacionados à evolução e à utilização de Tecnologias Digitais nas operações, estratégias e negócios das organizações.

EMENTA:

Marketing Digital; Estratégias de Marketing; Marketplace; Economia e Planejamento de Marketing Digital incluindo plataformas digitais; Ferramentas digitais; e-Commerce; Redes Sociais; Google, SEO e Adwords, para construção de conteúdos de integração entre B2B, C2C, C2B. Big Data e Inteligência Analítica. Negócios Digitais.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

1. Marketing Digital
 - 1.1 Conceitos
 - 1.2 Estratégias de Marketing
 - 1.3 Desafios e oportunidades do marketing eletrônico
 - 1.4 Características de demanda ambiente tecnológico digital
2. Estratégias e ferramentas de marketing digital:

- 2.1 Plataformas digitais;
- 2.2 Ferramentas digitais;
- 2.3 *E-Commerce*;
- 2.4 *Marketplace*;
- 2.5 Redes Sociais;
- 2.6 *Google*;
- 2.7 SEO;
- 2.8 *Adwords*
- 3. Marketing de Conteúdo:
 - 3.1 Construção de conteúdos de integração entre empresas e empresas, pessoas e pessoas, e pessoas e empresas.
 - 3.2 Ferramentas colaborativas de construção de conteúdo em comunidades virtuais.
- 4. Planejamento, monitoramento e medição de resultados no marketing digital.
 - 4.1 Conceituação e suas aplicações
- 5. Big Data e Inteligência Analítica
 - 5.1 Tipos, as características e a natureza dos conjuntos de dados de consumo armazenados por dispositivos eletrônicos fixos e móveis e diversas fontes de informação, de caráter público ou em redes de relacionamento;
 - 5.2 Questões éticas, legais, de segurança e desafios do marketing digital
- 6. Negócios na Era Digital
 - 6.1 Apresentação, Temas e Evolução de Sistemas e dos Modelos de Negócios Digitais
 - 6.2 Transformação Digital - Conceitos e Definições
 - 6.3 Maestria digital: experiência dos clientes, operações digitais e Modelos de Negócios Digitais
 - 6.4 Desenvolvimento e Inovação de Modelos de Negócios Digitais
 - 6.5 Tecnologias Emergentes e Disruptivas (*Blockchain, SmartRobots, Inteligência Artificial, Internet of Things, Big Data...*)

BIBLIOGRAFIA: (*usar normas ABNT para as citações*)

BÁSICA:

- KARTAJAYA, H., SETIAWAN, I.;KOTLER, P. Marketing 4.0: Do tradicional ao digital. São Paulo: Sextante, 2020.
- KOTLER, P., KARTAJAYA, H., SETIAWAN, I. Marketing 5.0: Tecnologia para a humanidade. São Paulo: Sextante, 2021.
- GABRIEL, M. Marketing na Era Digital: Conceitos, Plataformas e Estratégias. São Paulo, Novatec Editora, 2010.
- VAN ALSTYNE, M.W.; PARKER, G.G.; CHOUDARY, S.P. Plataforma: A Revolução da Estratégia. Rio de Janeiro: Alta Books, 2019.

COMPLEMENTAR:

- ADOLPHO, C. Os 8 P's do Marketing Digital: O Guia Estratégico de Marketing Digital. São Paulo: Novatec Editora, 2017.
- ALENCAR, J.A. Marketing Digital: o Efeito do Conteúdo de Mídia Social e a Popularidade das Marcas no Facebook. Curitiba: Editora Appris, 2021.
- MICELI, A.L.C.; SALVADOR, D.O. Planejamento de Marketing Digital. 2ª. Rio de Janeiro: Brasport, 2017.
- PAKES, A. Negócios digitais: Aprenda a usar o real poder da internet nos seus negócios. São Paulo: Editora Gente, 2016.
- TORRES, C. A Bíblia do Marketing Digital: Tudo o que você queria saber sobre marketing e publicidade na internet e não tinha a quem perguntar. São Paulo: Novatec Editora, 2018.