

MARKETING DIGITAL

1. Objetivo

Permitir ao aluno desenvolver uma visão completa sobre o Marketing para o ambiente digital: uma das mais prementes oportunidades para as empresas que é a Internet e nas mais diversas alternativas de ação corporativa que ela permite.

2. Disciplinas

Fundamentos do Marketing Moderno

- Conceitos Fundamentais de Marketing e Orientação a Mercados;
- Elementos de Marketing Global;
- Construção de Valor e Satisfação do Cliente;
- Análise do Ambiente de Marketing.

Economia e Finanças para Marketing e Vendas

- Estatística Aplicada a Decisões de Marketing;
- Análise Financeira em Marketing.

Estratégias de Marketing para Vantagem Competitiva

- Fundamentos de Estratégia e Vantagem Competitiva;
- Segmentação e Definição de Mercados Alvo (B2C e B2B);
- Análise de Demanda e avaliação do tamanho de mercados;
- Posicionamento e Diferenciação;
- Planos de Marketing.

Estratégias de Comunicação, Mídia e Criação Publicitária

- Gestão da Comunicação Integrada de Marketing;
- Branding: Construção, Gerenciamento e Mensuração de Resultados;
- Relações com a Imprensa, com o público geral e Patrocínios;
- Estratégias de Marketing Direto e Database Marketing;
- Marketing Eletrônico.

Sociedade em Rede e Cibercultura

- Sociologia e Antropologia das redes sociais;
- O novo consumidor e as marcas;
- Economia da informação e negócios digitais;
- Nascimento e evolução da internet e da cultura Hacker.

Tópicos Avançados em Comportamento de Compra

- Modelo Estímulo-Resposta;
- Processo de compra e o papel da Internet;
- Teorias de satisfação de cliente;
- Estilos de Vida e Consumo;
- Modelo do MIT de percepção de compra.

Desenvolvimento de Websites, blogs corporativos e hotsites

- Noções de programação em Java;
- Estruturação de websites corporativos;
- Redação para ambientes on-line.

Search Engine Marketing (SEM) e Google Adwords

- Planejamento, implementação e acompanhamento de ações de Search Engine Marketing (in-house ou com fornecedores de serviços SEM);
- Preparação para exame GAP (Google · Advertising Professional);
- Preparação para certificação Google Adwords (GAP).

Mobile Marketing e Mídias Sociais

- Possibilidades de Marketing Mobile (Ferramentas e jogos para celular);
- Desenvolvimento de perfis em mídias sociais tais como Facebook, Orkut etc.;
- Desenvolvimento de Marketing Viral.

E-commerce e E-business

- Formatação de sites de comércio eletrônico;
- Fundamentos de logística no e-commerce;

Segurança, Legislação, Ética e Ambiente privado na Internet

- Ética em Geral e em negócios;
- Ética na Internet;
- Marco legal dos ambientes virtuais;
- Fundamentos de segurança da informação;
- Como garantir privatização na Internet.

Avaliação de Resultados e Construção de Indicadores em Marketing Digital

- Fundamentos da inteligência competitiva;
- Ferramentas de coleta de dados: webanalytics, Social Miner etc.;
- Técnicas de ferramentas de análise de conteúdo.

3. Informações Gerais

Campus Pinheiros – Rua Arthur de Azevedo, 1637

Dia da semana: Terças e Quintas

Horário: das 19h às 22h30

Duração: 1 ano e meio

Carga Horária: 378 horas / aula