
Ano Letivo 2022-23

Unidade Curricular ESTÁGIO

Cursos MARKETING DIGITAL

Unidade Orgânica Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo

Código da Unidade Curricular 19291017

Área Científica MARKETING E PUBLICIDADE

Sigla

Código CNAEF (3 dígitos) 342

Contributo para os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável - ODS (Indicar até 3 objetivos) 4; 8; 10

Línguas de Aprendizagem Português

Modalidade de ensino

Presencial

Docente Responsável

Carlos Augusto Ribeiro Monteiro

DOCENTE	TIPO DE AULA	TURMAS	TOTAL HORAS DE CONTACTO (*)
---------	--------------	--------	-----------------------------

* Para turmas lecionadas conjuntamente, apenas é contabilizada a carga horária de uma delas.

ANO	PERÍODO DE FUNCIONAMENTO*	HORAS DE CONTACTO	HORAS TOTAIS DE TRABALHO	ECTS
2º	S2	750E	780	30

* A-Anual;S-Semestral;Q-Quadrimestral;T-Trimestral

Precedências

Sem precedências

Conhecimentos Prévios recomendados

Conhecimentos adquiridos durante o curso.

Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências)

Os alunos deverão aprofundar e desenvolver conhecimentos, aptidões e atitudes de entre os listados:

- . marketing digital;
- . técnicas e ferramentas de comunicação;
- . estruturação de uma campanha de *email marketing*;
- . dinamização de campanhas de comunicação *online* em diferentes plataformas;
- . conceção, desenvolvimento e implementação de páginas *web*, incluindo a integração de conteúdos e a construção da navegação;
- . gestão de redes sociais ao nível da criação, da edição, da gestão e da distribuição de conteúdos;
- . estratégia de marketing aplicada às redes sociais;
- . edição e de animação multimédia, conjugando de forma integrada imagem, som e vídeo;
- . otimização de páginas na internet;
- . criação e à implementação de negócios com base em comércio eletrónico.

Conteúdos programáticos

Os conteúdos programáticos do estágio deverão ser formulados em conformidade com o plano de estágio, o qual será acordado com a empresa e aprovado pelo gabinete responsável. O referido plano deverá respeitar e contemplar objetivos (conhecimentos, aptidões e atitudes) indicados nesta FUC.

Metodologias de ensino (avaliação incluída)

A metodologia é presencial, ou seja, em contexto real de trabalho e específica para cada plano de estágio.

A avaliação divide-se entre:

1. Desempenho em contexto de trabalho (60%);
2. Relatório de atividades (40%).

Bibliografia principal

Universidade do Algarve (2017). Guia de Apoio à Elaboração do Relatório de Estágio dos TeSP da Universidade do Algarve. [Trabalho não publicado] Disponível em [intranetesght.ualg.pt/estágios/estágios TeSP](http://intranetesght.ualg.pt/estágios/estágios_TeSP)

Os alunos também poderão consultar o seguinte documento, dirigido aos estágios das licenciaturas:

Brás, M. (2015). Guião para a elaboração de relatórios de estágio . [Trabalho não publicado] Disponível em intraesght.ualg.pt/estágios

Academic Year 2022-23

Course unit WORK PLACEMENT

Courses DIGITAL MARKETING

Faculty / School SCHOOL OF MANAGEMENT, HOSPITALITY AND TOURISM

Main Scientific Area

Acronym

CNAEF code (3 digits) 342

Contribution to Sustainable Development Goals - SGD (Designate up to 3 objectives) 4; 8; 10

Language of instruction Portuguese.

Teaching/Learning modality Presential.

Coordinating teacher Carlos Augusto Ribeiro Monteiro

Teaching staff	Type	Classes	Hours (*)
----------------	------	---------	-----------

* For classes taught jointly, it is only accounted the workload of one.

Contact hours	T	TP	PL	TC	S	E	OT	O	Total
	0	0	0	0	0	750	0	0	780

T - Theoretical; TP - Theoretical and practical ; PL - Practical and laboratorial; TC - Field Work; S - Seminar; E - Training; OT - Tutorial; O - Other

Pre-requisites

no pre-requisites

Prior knowledge and skills

Not Applicable.

The students intended learning outcomes (knowledge, skills and competences)

Not Applicable.

Syllabus

Not Applicable.

Teaching methodologies (including evaluation)

Not Applicable.

Main Bibliography

Not Applicable.