

Caracterização da Unidade Curricular / Characterization of the Curricular Unit

Designação da Unidade Curricular (UC) / Title of Curricular Unit (CU): Digital Business

Área científica da UC / CU Scientific Area: Marketing e Publicidade / Marketing and Publicity

Semestre / Semester: 2º

Número de créditos ECTS / Number of ECTS credits: 6

Carga horária por tipologia de horas / Workload by type of hours: TP: 45; OT: 6; O: 9

Carga letiva semanal / Weekly letive charge: 3h

Objetivos de aprendizagem (conhecimentos, aptidões e competências a desenvolver pelos estudantes):

No final da unidade curricular, os alunos deverão saber:

- Distinguir as características e natureza das diferentes formas de negócio digital
- Descrever os principais modelos de negócio e respetiva aplicabilidade
- Adotar abordagens de e-commerce e enquadrá-las na estratégia do negócio digital
- Estruturar e construir um site / loja online respeitando princípios e regras do mundo digital

Intended learning outcomes (knowledge, skills and competences to be developed by the students):

At the end of the curricular unit, students should know:

- Distinguishing the characteristics and nature of different forms of digital business
- Describe the main business models and their applicability
- Adopt e-commerce approaches and frame them in digital business strategy
- Structure and build an online site/store respecting principles and rules of the digital world

Conteúdos programáticos:

1. Negócio digital

- 1.1. Conceitos base
- 1.2. Componentes do negócio digital

2. Modelos de negócio digital

- 2.1. Tipos de modelos de negócio
- 2.2. Formas de remuneração

3. Ferramentas de Marketing Digital

- 3.1. Social Media
- 3.2. Websites e lojas online

3.3. Análise de Resultados

3.4. Email-Marketing

4. e-Commerce

4.1. Conceitos de e-Commerce

4.2. Tipos de e-Commerce

4.3. Formas de pagamento

5. Website

5.1. Tipos de website

5.2. Alojamento e domínios

5.3. Wordpress

Syllabus:

1. Digital business

1.1. Basic concepts

1.2. Digital Business Components

2. Digital Business Models

2.1. Types of business models

2.2. Forms of remuneration

3. Marketing Tools Digital

3.1. Social Media

3.2. Online websites and stores

3.3. Results Analysis

3.4. Email-Marketing

4. e-Commerce

4.1. E-Commerce concepts

4.2. Types of e-Commerce

4.3. Methods of payment

5. Website

5.1. Types of website

5.2. Accommodation and domains

5.3. Wordpress