

Caracterização da Unidade Curricular / Characterization of the Curricular Unit

Designação da Unidade Curricular (UC) / Title of Curricular Unit (CU): Social Media Marketing

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:

- Enquadrar o SMM na estratégia de marketing digital.
- Configurar e utilizar as redes sociais.
- Rentabilizar as potencialidades do blogue e das redes sociais.

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

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

- Frame the SMM in the digital marketing strategy.
- Set up and use social networks.
- Monetize the potential of the blog and social networks.

Conteúdos programáticos:

1. Social Media

- 1.1. Conceitos base
- 1.2. Componentes digitais

2. Redes sociais

- 2.1. Social Media
- 2.2. Blogue
- 2.3. Facebook
- 2.4. Instagram
- 2.5. Pinterest
- 2.6. Twitter
- 2.7. YouTube
- 2.8. LinkedIn

3. Media Paga

- 3.1. Google Ads
- 3.2. Social Media Ads

4. Plano de Social Media

Syllabus:

1. Social Media

- 1.1. Definitions
- 1.2. Digital Tools

2. Social Media Channels

- 2.1. Social Media
- 2.2. Blogue
- 2.3. Facebook
- 2.4. Instagram
- 2.5. Pinterest
- 2.6. Twitter
- 2.7. YouTube
- 2.8. LinkedIn

3. Paid media

- 3.1. Google Ads
- 3.2. Social Media Ads

4. Social Media Plan

**Sem Validade
Administrativa**