



Escola Superior de Tecnologia de Tomar

Ano letivo: 2025/2026

TeSP - Design Multimédia

Técnico Superior Profissional

Plano: Despacho n.º 2478/2024 de 07/03/2024

Ficha da Unidade Curricular: Marketing digital

ECTS: 6; Horas - Totais: 162.0, Contacto e Tipologia, TP:60.0;

Ano | Semestre: 2 | S1

Tipo: Obrigatória; Interação: Presencial; Código: 617520

Área de educação e formação: Marketing e publicidade

Docente Responsável

Vasco Ribeiro dos Santos

Professor Adjunto

Docente(s)

Vasco Ribeiro dos Santos

Professor Adjunto

Objetivos de Aprendizagem

Compreender os fundamentos, evolução e novos paradigmas do marketing digital, reconhecendo a importância da integração com o design multimédia e das tecnologias emergentes, em particular a IA generativa.

Objetivos de Aprendizagem (detalhado)

- a) Compreender os fundamentos e a evolução do marketing digital, valorizando o impacto da IA generativa.
- b) Desenvolver estratégias de comunicação digital através do branding, storytelling e planeamento editorial.
- c) Criar anúncios digitais personalizados e otimizados com IA generativa.
- d) Planear e analisar campanhas digitais omnicanal com recurso a IA generativa.

Conteúdos Programáticos

1. Introdução ao Marketing Digital

2. Estratégias de Comunicação Digital
3. IA Generativa no Marketing Digital
4. Publicidade Digital com IA Generativa
5. Campanhas de Marketing Digital

Conteúdos Programáticos (detalhado)

1. Introdução ao Marketing Digital
 - 1.1. Conceitos fundamentais de marketing digital e a sua relação com o design multimédia
 - 1.2. A evolução do marketing digital: da Web 1.0 à Web 3.0 (IA e automação)
 - 1.3. IA generativa como novo paradigma do marketing digital
2. Estratégias de Comunicação Digital
 - 2.1. Branding digital, identidade visual e personalização
 - 2.2. Storytelling digital
 - 2.3. Criação de calendários editoriais
3. IA Generativa no Marketing Digital
 - 3.1. Redes sociais e conteúdos multimédia potenciados por IA generativa (ex.: geração automática de posts, reels, copywriting)
 - 3.2. Ferramentas multimédia assistidas por IA: Texto, Imagem, Vídeo e Áudio
 - 3.3. Aplicações práticas: chatbots, segmentação inteligente
4. Publicidade Digital com IA Generativa
 - 4.1. Criação de anúncios gráficos, de vídeo e motion graphics com IA generativa
 - 4.2. Social Ads com personalização de mensagens e imagens através de IA generativa
 - 4.3. Automação criativa: teste de múltiplos formatos e mensagens (A/B testing com IA generativa)
5. Campanhas de Marketing Digital
 - 5.1. Análise de campanhas de marketing digital
 - 5.2. Criação de campanhas digitais omnicanal com soluções de IA generativa
 - 5.3. Tendências emergentes: IA generativa, metaverso, AR/VR, voice commerce, digital humans, digital twins

Metodologias de avaliação

Em época de avaliação por frequência: Portefólio constituído por 3 trabalhos (20%+40%+40%)
Em exame será realizado uma prova escrita (100%).

Software utilizado em aula

Google Analytics
Google Ads
Hootsuite

ChatGPT

Estágio

Não Aplicável

Bibliografia recomendada

- Adolpho, C. (2012). *Os 8 Ps do Marketing Digital - O guia estratégico de marketing digital*. (Vol. 1).. 1, Texto Editores. Brasil
- Carrera, F. (2012). *Marketing Digital na versão 2.0 - o que não pode ignorar*. (Vol. 1).. 2, Edições Sílabo. Lisboa
- Chaffey, D. e Ellis-Chadwick, F. (2012). *Digital Marketing - Strategy, Implementation and Practice*. (Vol. 1).. 5, Pearson. Reino Unido
- McDonald, J. (2019). *Social Media Marketing Workbook: How to Use Social Media for Business* .. 1, CreateSpace Independent Publishing Platform. Scotts Valley, Califórnia
- Tuten, T. (2023). *Social Media Marketing*.. 5, Sage Publications. Thousand Oaks, California

Coerência dos conteúdos programáticos com os objetivos

1 vs a)

2 vs b)

3, 4, 5 vs c), d)

Metodologias de ensino

Aulas teórico-práticas onde se propõem a resolução de casos práticos.

Coerência das metodologias de ensino com os objetivos

Domínio dos conceitos-base para entender a transição até ao novo paradigma digital com IA generativa.

Aplicação prática de técnicas de comunicação multimédia, reforçando a identidade visual, narrativas digitais e planeamento de conteúdos.

Utilização de ferramentas emergentes e soluções práticas.

Estimulação da criatividade e a eficácia comunicacional através da produção de anúncios gráficos e vídeo potenciados por IA.

Integração de conhecimentos no planeamento e análise de campanhas digitais inovadoras, explorando novas tecnologias.

Língua de ensino

Português

Pré-requisitos

Não Aplicável

Programas Opcionais recomendados

Não Aplicável

Observações

Objetivos de Desenvolvimento Sustentável:

- 8 - Promover o crescimento económico inclusivo e sustentável, o emprego pleno e produtivo e o trabalho digno para todos;
 - 9 - Construir infraestruturas resilientes, promover a industrialização inclusiva e sustentável e fomentar a inovação;
-

Docente responsável

**Vasco
Santos**

Assinado de
forma digital
por Vasco
Santos

