MIX DE MARKETING DIGITAL
INFORMAÇÕES GERAIS

APRESENTAÇÃO

Neste curso será abordado o conceito de Marketing Digital, O Marketing e o Planejamento, bem como o Marketing, a Saúde, o Meio Ambiente e a Segurança. Também será abordado o Marketing e a Promoção e boas maneiras nas Ações de Email Marketing.

OBJETIVO

Identificar, analisar e estudar o Marketing, ética e a responsabilidade social.

METODOLOGIA

Concebe o curso **MIX DE MARKETING DIGITAL**, numa perspectiva de Educação a Distância – EAD, visando contribuir para a qualificação de profissionais de educação que atuam ou pretendem atuar na área.

Código	Disciplina	Carga Horária
589	MIX de Marketing Digital	15

APRESENTAÇÃO

O Marketing e a Ética; Um Pouco de Filosofia; Refletindo a Sociologia; O Marketing e a Pesquisa; O Marketing e o Planejamento; O Marketing, a Ética e a Responsabilidade Social; A Ética No Marketing; Marketing e Responsabilidade Social; O Marketing e a Produção; Publicação: A Veiculação de Conteúdos em Sites; Criar o Conteúdo Certo para Mídia Social Certa; Colocar nas Mídias Sociais de Conteúdo; Embedar No Site; Propagar nas Redes de Relacionamento o Link do Seu Site; Colocar uma Foto Boa, que Chame Atenção; O Marketing, a Saúde, o Meio Ambiente e a Segurança; O Marketing e a Promoção; Propagação; Quem Não É Visto Não É Lembrado; Personalização e Costumização; A Precisão: Último P da Metodologia do Marketing Digital; Boas Maneiras nas Ações de Email Marketing.

OBJETIVO GERAL

• Identificar, analisar e estudar o Marketing, ética e a responsabilidade social.

OBJETIVO ESPECÍFICO

• Compreender e valorizar as diferentes manifestações culturais de etnias e segmentos sociais, agindo de modo a preservar o direito à diversidade, enquanto princípio estético, político e ético que supera conflitos e tensões do mundo atual; • Analisar a veiculação de conteúdos em sites; • Descrever o marketing, a saúde, o meio ambiente e a segurança.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

O MARKETING E A ÉTICA UM POUCO DE FILOSOFIA REFLETINDO A SOCIOLOGIA O MARKETING E A PESQUISA O MARKETING E O PLANEJAMENTO O MARKETING, A ÉTICA E A RESPONSABILIDADE SOCIAL A ÉTICA NO MARKETING MARKETING E RESPONSABILIDADE SOCIAL O MARKETING E A PRODUÇÃO PUBLICAÇÃO: A VEICULAÇÃO DE CONTEÚDOS EM SITES 1. CRIAR O CONTEÚDO CERTO PARA MÍDIA SOCIAL CERTA 2. COLOCAR NAS MÍDIAS SOCIAIS DE CONTEÚDO 3. EMBEDAR NO SITE 4. PROPAGAR NAS REDES DE RELACIONAMENTO O LINK DO SEU SITE 5. COLOCAR UMA FOTO BOA, QUE CHAME ATENÇÃO O MARKETING, A SAÚDE, O MEIO AMBIENTE E A SEGURANÇA O MARKETING E A PROMOÇÃO PROPAGAÇÃO QUEM NÃO É VISTO NÃO É LEMBRADO PERSONALIZAÇÃO E CUSTOMIZAÇÃO A PRECISÃO: ÚLTIMO P DA METODOLOGIA DO MARKETING DIGITAL BOAS MANEIRAS NAS AÇÕES DE EMAIL MARKETING

REFERÊNCIA BÁSICA

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Administração de Marketing: Conceitos, planejamentos e aplicações à realidade brasileira. São Paulo: Atlas, 2006. MATOS, Francisco Gomes de. Ética na gestão empresarial: da conscientização à ação. São Paulo: Saraiva, 2008. SROUR, Robert Henry. Ética empresarial – a gestão da reputação. Rio de Janeiro: Campus, 2003. TORRES, Cláudio. A Bíblia do Marketing Digital: Tudo o que você queria saber sobre Marketing e Publicidade na Internet e não tinha a quem perguntar. São Paulo: Novatec, 2009. VAZ, Conrado Adolpho. Os 8 Ps do marketing digital: o seu guia estratégico de marketing digital. São Paulo: Novatec, 2011.

REFERÊNCIA COMPLEMENTAR

BIFANO, Elidie P. (org.). Marketing de incentivo: uma visão legal. Barueri: Manole, 2008. BRUNO, Lúcia; SACCARDO, Cleusa. Organização, Trabalho e Tecnologia. São Paulo: Atlas, 1986. CHIAVENATO, Idalberto. Gestão de pessoas. Rio de Janeiro: Campus, 2006. COBRA, Marcos. Estratégias de marketing de serviços. São Paulo: Cobra Editora e Marketing, 2001. PINHO, José B. Comunicação em Marketing. São Paulo: Papirus, 2001. ROSINI, Alessandro Marco; PALMISANO, Ângelo. Administração de sistemas de informação e gestão do conhecimento. São Paulo: Thomson, 2003.

PERIÓDICOS

SIQUEIRA, Lauro. A força do marketing promocional. Revista Propaganda & Marketing, São Paulo, p. 14, jul. 2006.

Avaliação será processual, onde o aluno obterá aprovação, através de exercícios propostos e, atividades programadas, para posterior. O aproveitamento das atividades realizadas deverá ser igual ou superior a 6,0 (seis) pontos, ou seja, 60% de aproveitamento.

SUA PROFISSÃO NO MERCADO DE TRABALHO

Alunos concluintes do ensino médio; Estudantes de graduação e pós graduação; Educadores e pessoas interessadas pelo tema proposto.