



## **DEMONSTRAÇÃO DA COERÊNCIA DAS METODOLOGIAS DE ENSINO COM OS OBJETIVOS DAS APRENDIZAGENS\***

O método expositivo visa apresentar os conteúdos programáticos durante as aulas teóricas.

Uma componente prática onde se pretendem ilustrar situações reais, através da resolução de exercícios e o método de estudo de caso. O método do estudo de caso visa desenvolver a capacidade de análise crítica de dados de informação e treinar a capacidade de decidir com base na ponderação das várias alternativas. Uma componente prática onde se pretendem ilustrar situações reais, através da resolução de exercícios e o método de estudo de caso. O método do estudo de caso visa desenvolver a capacidade de análise crítica de dados de informação e treinar a capacidade de decidir com base na ponderação das várias alternativas

## **MÉTODOS DE AVALIAÇÃO**

A avaliação do módulo será sustentada nos seguintes elementos de avaliação: Um trabalho e um teste.

## **BIBLIOGRAFIA PRINCIPAL**

Baynast, A., Lendrevie, J., Lévy, J., Dionísio, P. & Rodrigues, V. (2018). Mercator: o marketing na era digital (17.<sup>a</sup> edição). Lisboa: D. Quixote.

Bendle, N. T., Farris, P. W., Pfeifer, P. E. & Reibstein (2017). Grandes métricas do marketing: os principais indicadores que todo o gestor deve conhecer. Lisboa: Atual Editora.

Botelho, T-B. & Dias, P. (2020). Smart marketing: como o mobile marketing está a mudar Portugal. Lisboa: Edições Sílabo.

Faustino, P. (2019). Marketing digital na prática. Barcarena: Marcador.

Kotler, P., Kartajaya, H. & Setiawan, I. (2017). Marketing 4.0: mudança do tradicional para o digital. Lisboa: Atual Editora.

Marques, V. (2018). Marketing Digital 360 (2.<sup>a</sup> edição). Lisboa: Atual Editora.

Mendes, A. (2019). Gestão de redes sociais para empresas: casos práticos de empresas e empreendedores portugueses. Lisboa: Marcador.

Ano letivo de entrada em vigor: 2022/2023 Data de aprovação em Conselho Pedagógico: 2022-10-04