

MARKETING DIGITAL E E-COMMERCE

DisciplinalID - 104287

Descrição da disciplina e código do produto

MARKETING DIGITAL E E-COMMERCE - (ID 61854)

Ementa

Revolução digital do marketing. Marketing digital no e-commerce. Marketing direto, de permissão e viral. Sistemas de informação do marketing eletrônico. Lançamento de produtos e serviços. Ações de comunicação. Uso de ferramentas colaborativas para a construção de conteúdo em redes sociais. Plano e estratégias de crescimento no mundo digital. Comunidades de marca. Mobile marketing. Tendências. Desafios e oportunidades do marketing digital. Visão geral do e-commerce no Brasil. Negócios digitais e competitividade. Modelos de comércio digital (business to consumer, business to business, consumer to consumer). Plataformas e ferramentas de e-commerce. Tecnologia e operacionalização no e-commerce. Segurança e privacidade. Sistemas de pagamento. Tendências: responsabilidade social, comércio por voz, assistentes virtuais, Inbound Marketing e jornada da experiência do cliente, relacionamentos via bots mais inteligentes e humanos.

Conteúdo programático

1.
Revolução digital no marketing e e-commerce
2.
Gestão de marketing para produtos digitais
3.
Plataformas e ferramentas de e-commerce
4.
Gestão estratégica da informação
5.
Tendências no marketing digital e e-commerce

Bibliografia básica

FARIA, M.; CARVALHO, J.; SERPA, D. A tecnologia da informação como vantagem competitiva em marketing direto na internet: uma experiência no contexto brasileiro. In: SIMPÓSIO DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO E TECNOLOGIA, 4., 2007. Anais... Resende: AEDB, 2007.

FARRIS, Paul W., BENDLE, Neil T., PFEIFER, Phillip E., REIBSTEIN, David J. Métricas de Marketing: O guia definitivo de avaliação do desempenho do marketing. 2. ed. Rio de Janeiro: Bookman: 2012.

GATES, Bill. A empresa na velocidade do pensamento: com um sistema nervoso digital. Tradução de Pedro Maia Soares e Gabriel Tranjan Neto. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

KOTLER, P. Marketing para o século XXI: como criar, conquistar e dominar mercados. Rio de Janeiro: Alta Books, 2021.

KOTLER, Philip. KARTAJAYA, Hermawan, SETIAWAN, Iwan. Marketing 4.0: do tradicional ao digital.

Tradução de Ivo Korytowski. Rio de Janeiro: Sextante, 2017.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. Administração de Marketing. Tradução de Sonia Midori Yamamoto. 14. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012.

PALFREY, John; GASSER, Urs. Nascidos na era digital: entendendo a primeira geração de nativos digitais. Porto Alegre: Artmed, 2011.[recurso eletrônico]

SOLOMON, Michael R. O comportamento do consumidor: comprando, possuindo e sendo. 11. ed. Porto Alegre: Bookman, 2016.

TURBAN, E.; VOLONINO, L. Tecnologia da informação para gestão: em busca do melhor desempenho estratégico e operacional. 8. ed. Porto Alegre: Bookman, 2013.

TURCHI, Sandra R. Estratégias de marketing digital e e-commerce. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2019.