



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA  
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DA PARAÍBA

PLANO DE DISCIPLINA			
IDENTIFICAÇÃO			
CAMPUS: Picuí			
CURSO: Superior de Tecnologia em Sistemas para Internet			
DISCIPLINA: Marketing Digital		CÓDIGO DA DISCIPLINA: 402	
PRÉ-REQUISITO:			
UNIDADE CURRICULAR: Obrigatória [X] Optativa [ ] Eletiva [ ]		SEMESTRE/ANO: 2 / 2025	
CARGA HORÁRIA			
TEÓRICA: 33h	PRÁTICA:	EaD <sup>1</sup> :	EXTENSÃO:
CARGA HORÁRIA SEMANAL: 2 aulas			
CARGA HORÁRIA TOTAL: 33h (40 aulas)			
DOCENTE RESPONSÁVEL: Heric Nero Lisboa dos Santos			

EMENTA

Conceitos de marketing; Marketing 1.0, 2.0, 3.0, 4.0, 5.0, 6.0; Pesquisa Mercadológica; Marketing Direcionado por dados; Marketing Preditivo; Marketing Contextual e aumentado; Planejamento e Ferramentas para o Marketing digital; Proteção da Marca.

OBJETIVOS DA DISCIPLINA/COMPONENTE CURRICULAR

1. Objetivo geral:

- Capacitar os alunos a compreender e aplicar estratégias de marketing, utilizando ferramentas, conceitos e práticas atualizadas para promover marcas, produtos e serviços no ambiente online, com foco em resultados, relacionamento com o consumidor e inovação. O marketing e inteligência artificial. Propriedade intelectual: Registro de Marcas.

2. Objetivos específicos:

- Compreender a evolução dos conceitos de marketing, desde o Marketing 1.0 até o Marketing 6.0, e seu impacto nas estratégias digitais contemporâneas.
- Realizar pesquisas mercadológicas online, analisando dados e comportamentos do consumidor digital para embasar decisões de marketing.
- Analizar o papel da mídia digital na construção de marcas, engajamento do público e ampliação de alcance.
- Explorar o poder das comunidades online e do conteúdo gerado pelo usuário, entendendo seu impacto na percepção de marca e na fidelização de clientes.
- Planejar e implementar ações de marketing para ambientes digitais, com foco em performance e

experiência do consumidor.

- Compreender o conceito de loja virtual, suas vantagens, desafios e estratégias de marketing aplicadas a produtos e serviços.
- Utilizar inteligência artificial para produção de conteúdo digital de marketing.
- Registrar Marcas no Instituto Nacional da Propriedade Industrial

## **CONTEÚDO PROGRAMATICO**

### 1. Evolução do Marketing

- Conceitos introdutórios sobre marketing;
- Marketing 1.0; 2.0; 3.0; 4.0; 5.0; 6.0;
- O abismo entre as gerações;
- A polarização da prosperidade;
- O fosso digital.

### 2. Pesquisa mercadológica

- Tendências demográficas;
- Tendências de mercado;
- Tendência Piscográfica e comportamental;
- Construção da Persona;

### 3. Marketing Direcionado por Dados;

- Ecossistema de Dados;
- Segmento de um;

### 4. Marketing Preditivo

- Gestão Preditiva do Cliente;
- Gestão Preditiva da marca;
- Gestão Preditiva do produto;
- Modelos de marketing preditivo

### 5. Marketing Contextual e aumentado

- Infraestrutura de Smart sensing;
- A biometria e ações personalizadas;
- A internet das coisas e o canal direto na casa do cliente;
- Experiências personalizadas;
- Big Data e inteligência artificial;
- Interfase em camadas;

### 6. Planejamento e Ferramentas para o Marketing

- Lojas virtuais
- Ferramentas de CRM ;
- Ferramentas de criação visual;
- Ferramentas de análise de desempenho;
- Ferramentas de Gestão de Projetos;
- Inteligências artificiais.

### 7. Proteção da Marca

- Noções de propriedade intelectual;
- Noções de legislação voltadas a (PI);
- Registro de Marcas no INPI.

## METODOLOGIA DE ENSINO

- Exposições dialogadas;
- Aulas práticas em laboratório de informática;
- Gamificação;
- Design thinking, aprendizagem por solução de problemas;
- Roda de conversa;
- Pedagogia de Projetos.

## RECURSOS DIDÁTICOS

- [X] Quadro
- [X] Projetor
- [X] Vídeos
- [X] Periódicos/Livros/Revistas/Links
- [X] Equipamento de Som
- [X] Laboratório
- [X] Softwares<sup>2</sup>
- [ X ] Outros<sup>3</sup>

## CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO

- Avaliações de caráter diagnóstico, formativo e contínuo, com uso de avaliações escritas com questões objetivas e subjetivas e observações das participações durante a aula.
- Avaliações baseadas em apresentação de seminários e em outras formas de exposição oral.
- Assiduidade e participação nas atividades propostas.
- Entrega de projeto.

## ATIVIDADE DE EXTENSÃO<sup>4</sup>

## BIBLIOGRAFIA<sup>5</sup>

### Bibliografia Básica:

1. KOTLER, Philip., KARTAJAYA, H., SETIWAN, I. **Marketing 3.0: As forças que estão definindo o novo marketing centrado no ser humano.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.
2. KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. **Princípios de Marketing.** 18 ed. Porto Alegre: Bookman, 2023.
3. TURCHI, Sandra. **Estratégias de marketing digital e e-commerce.** São Paulo: Atlas, 2018.

### Bibliografia Complementar:

1. DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luísa: uma ideia, uma paixão e um plano de negócios: como nasce o empreendedor e se cria uma empresa.** São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.
2. KIM, W. Chan; MAUBORGNE, Renée. **A estratégia do oceano azul.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2015.
3. KOTLER, Philip. **Marketing de A a Z: Conceitos que todo profissional precisa saber.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2003
4. TORRES, C. **A Bíblia do Marketing Digital.** São Paulo: Novatec, 2018.

### Bibliografia Suplementar:

VALENTIM, D, CARLETO, N. **Elaboração de um Plano de Marketing Digital para uma microempresa prestadora de serviços na área de Tecnologia da Informação.** Revista Interface Tecnológica, v. 17(2), 2020. Disponível em: [https://revista.fatectq.edu.br/interfacetecnologica/pt\\_BR/article/view/910/532](https://revista.fatectq.edu.br/interfacetecnologica/pt_BR/article/view/910/532)

## OBSERVAÇÕES

Documento assinado eletronicamente por:

■ **Heric Nero Lisboa dos Santos, PROF ENS BAS TEC TECNOLOGICO-SUBSTITUTO**, em 16/11/2025 17:28:24.

Este documento foi emitido pelo SUAP em 16/11/2025. Para comprovar sua autenticidade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.ifpb.edu.br/autenticar-documento/> e forneça os dados abaixo:

Código 795320

Verificador: ac9fe90762

Código de Autenticação:



PB 151, S/N, Cenecista, PICUÍ / PB, CEP 58187-000

<http://ifpb.edu.br> - (83) 3371-2727