**PLANO DE AULA 04.06 – MARKETING DIGITAL**

**Apostila 04 – Marketing Digital e Data Science**

Disponível no link <http://trampotech.com.br/>

**TEMA**

Marketing Digital

**OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM**

Professor, marketing digital foi brevemente introduzido em aula anterior. O objetivo desta aula é retomar e consolidar estes conceitos e as ferramentas básicas de marketing digital.

Tenha presente que, de modo geral, todos os alunos já tiveram algum contato prático com o marketing digital, ainda que não o reconheçam sob este termo. Cabe assim resgatar este conhecimento implícito.

Este ponto - marketing digital - está dividido em quatro partes neste curso:

(1/4) Introdução ao Marketing Digital (esta aula, de número 06);

(2/4) Estratégias de Marketing Digital (próxima aula, número 07)

(3/4) Campanhas de SEO (aula número 08)

(4/4) Google AdWords (quarta e última aula sobre marketing digital, de número 09).

O primeiro objetivo prático da aula é reconhecer estas situações de contato e de ações de marketing digital.

São também objetivos desta aula:

→ Definições: Compreender conceitos e definições básicos sobre marketing digital;

→ Contexto: Fazer ver aos alunos a importância do marketing digital para os negócios de hoje

→ Técnicas: Apresentar técnicas de desenvolvimento de campanhas de marketing digital na prática.

**PROBLEMA-SOLUÇÃO OU DESAFIO (PBL)**

Professor, o desafio para os alunos nesta aula é que eles levantem e indiquem possíveis ações de marketing digital para seus projetos individuais ou de equipe.

Resgate, antes e rapidamente, com os alunos quais são seus problemas-solução ou desafios estabelecidos no início do curso e examine com os alunos como eles podem ser alavancados pelo marketing digital.

A partir destes desafios e de sua problematização, indique e introduza os conceitos deste pondo em aula. O conteúdo desta aula “funciona” muito bem se examinado a partir da experiência dos alunos e seus projetos.

**METODOLOGIA E DINÂMICAS**

Professor, peça aos alunos para retomarem os seus projetos iniciais (ou soluções-problemas) e que, em equipe, consigam sinalizar e mapear desafios para ações inspiradoras ou relevantes de marketing digital.

Professor, é provável que eles já tenham algum conhecimento fragmentado sobre o tema. Valorizar este conhecimento prévio, ainda que disperso, dará a eles maior autoconfiança neste aprendizado e os fará valorizar os conceitos e ferramentas a apresentar.

**RECURSOS**

Providencie uma conexão de internet junto à escola.

Caso isso não venha a ser possível, repasse com antecedência o link dos vídeos para que os alunos possam assisti-los em casa ou em uma lan house, por exemplo

Para o dia da aula, caso falhe ou não tenha conexão à internet, peça aos alunos que tenham acesso por meio de celular e que assistam os vídeos com os colegas.

**AVALIAÇÃO**

Junto com os alunos, reveja com eles pontos chaves que eles consigam apresentar. Observe que esta é uma aula que os alunos provavelmente, poderão ter, diversas experiências práticas a resgatar e relatar.

Confira que conceitos básicos de marketing digital conseguiram captar.

Peça para eles relatem brevemente à classe (exposição até um minuto e meio, por exemplo) resumindo como aplicar o marketing digital em seus desafios iniciais. Você pode pedir a eles que comentem como avaliam que o marketing digital poderá alavancar seus projetos.

Destaquemos que a avaliação é fundamental na construção do aprendizado do aluno. Mais do que dar notas, como atribuir um número ou um conceito ao seu desempenho ou ao da equipe, o que importa é examinar, junto com eles, em uma postura de diálogo, qual foi o conhecimento assimilado e o aprendizado.

Tenha em mente que esta abordagem implica avaliar CONHECIMENTO, HABILIDADES E ATITUDES (CHA).

O conhecimento em si é a avaliação mais comum e tradicional. Mas é importante saber se este conhecimento formal está se traduzindo em habilidades reais dos alunos no domínio dos conceitos e das ferramentas. E, além disso, em atitudes concretas e construtivas de aprendizado.

Com a abordagem apropriada, esta avaliação poderá ser feita de forma breve.

Faça ao final da aula, uma avaliação (cerca de 7 minutos, por exemplo) entre equipes para saber se conseguiram dominar os conceitos e as ferramentas básicas de marketing.

Faça isso a partir dos DESAFIOS DEFINIDOS ou situações-problema a enfrentar.

Tenha presente que o elemento principal e direcionador das atividades avaliativas do CHA é o problema: o conhecimento adquirido, a capacidade real e a postura para bem resolvê-lo.

Se o desafio é o problema, então a métrica será a capacidade de resolvê-lo.

São três os principais instrumentos de avaliação mais utilizados:

(1) SOCIALIZAÇÃO DOS RESULTADOS

(2) RELATÓRIO TÉCNICO: “texto escrito estruturado que contempla o passo a passo do desenvolvimento do problema e a proposta de solução do problema.”, FREZATTI et ali (2018)

(3) OBSERVAÇÃO DOCENTE.

Dado o tempo exíguo de aula, entenda que o relatório técnico de produção poderá ser feito de forma oral ou por meio de notas ao longo do curso.

Procure perceber e “medir” o quanto os alunos apreenderam uma noção básica dos conceitos expostos.

Além da compreensão básica, o importante é perceber se eles captaram e estão sensíveis à necessidade de dominar estes conceitos básicos.

Retorne aos objetivos de aprendizagem definidos no início deste plano de aula para conferir se foram realizados. Caso não, procure enfrentá-los nas próximas aulas de forma concentrada (se houver tempo hábil) ou distribuída.

A medida do sucesso desta aula será dada por terem captado ou não a importância da disciplina e por acender em seus alunos a curiosidade pelo tema, mais do que um domínio estrito de todos os seus conceitos e ferramentas.

**CRONOGRAMA**

Tempo total de aula: 45 minutos

Abertura e aquecimento: 5 minutos

Desenvolvimento e dinâmicas: 30 minutos

Avaliação e fechamento: 10 minutos

**REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS PARA MARKETING DIGITAL**

Apostila 04 – Marketing Digital e Data Science

Capítulo 5 - O que é Marketing Digital pág. 45 a 51

Disponível no link <http://trampotech.com.br/>

Vídeo: o que é marketing digital   
Entrevista esclarecedora do consultor e palestrante sobre marketing digital, Cláudio Torres (cinco minutos), disponível no YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=Qj3kEv2eILQ>

Professor, a partir do vídeo de Cláudio Torres, indique ou faça uma leitura comentada em sala de aula de alguma passagem de seu livro, que é considerado referência na área.

Caso não disponha do livro, este é um motivo a mais para indicar e comentar com os alunos o vídeo citado acima.

TORRES, C. A bíblia do marketing digital: tudo que você queria saber sobre marketing e publicidade na internet e não tinha a quem perguntar. São Paulo: Novatec, 2009