

## **Título de Disciplina: Técnicas e Métodos de Pesquisa para Análise de Redes em Mídias Sociais e Ferramentas de Digital Analytics**

**Créditos: 2**

**Carga horária: 30 h**

**Professor: Luis Hernan Contreras Pinochet**

### **EMENTA**

Analisar sites ou redes em mídias sociais com base em técnicas e métodos de pesquisa específicos para coletar, processar, visualizar, interpretar e analisar os dados, a partir de diferentes tipos de softwares. Com isso será possível conhecer, de maneira detalhada, como as organizações (públicas, privadas ou de terceiro setor) estão inseridas dentro de um ambiente digital altamente competitivo, podendo gerar *insights* que criem retorno em número de visitas, presença social ou alavancagem em seus produtos e serviços, a partir do aprendizado gerado por meio dos relatórios de análise da opinião pública e influenciadores.

### **METODOLOGIA DE ENSINO**

Aulas expositivas, seminários e material audiovisual (slides, vídeos, softwares, entre outros). As aulas serão realizadas no Laboratório de Informática a fim de que os alunos possam desenvolver seu aprendizado de forma prática.

### **CRITÉRIO DE AVALIAÇÃO**

Desenvolvimento do trabalho final da disciplina, valor 10,0 pontos, sendo que a apresentação em seminário valerá 5,0 pontos e a entrega da versão impressa 5,0 pontos.

### **BIBLIOGRAFIA BÁSICA**

KIMURA, R. K.; PINOCHET, L. H. C.; AZEVEDO, M. C. Ferramentas de Digital Analytics e seu Poder de Previsão sobre o Desempenho: Uma Análise do Mercado Automobilístico Brasileiro. REMark. Revista Brasileira de Marketing, v. 15, p. 220-236, 2016.

PINOCHET, L. H. C; PACHELLI, I. L.; ROCHA, F. M. M da. Uso de métricas em mídias sociais e indicadores de desempenho do site e sua relação com o valor da marca em empresas de cosméticos no Brasil, Revista Brasileira de Marketing – ReMark. vol. 17, n. 1. Jan/Mar, 2018, p. 80-99.

SILVA, Tarcízio; STABILE, Max. (Org.) Monitoramento e pesquisa em mídias sociais: metodologias, aplicações e inovações. São Paulo: Uva Limão, 2016.

### **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR**

MONTEIRO, D.; AZARITE, R. Monitoramento e métricas de Mídias Sociais: Do estagiário ao CEO. Editora DVS, 1ª Edição, 2012.

PINOCHET, L. H. C. Tecnologia da informação e comunicação. Editora Elsevier, 1ª Edição, 2014.

RECUERO, R., BASTOS, M., ZAGO, G. Análise de Redes para Mídias Sociais. Editora Sulina, 1ª Edição, 2015.

REZ, R. Marketing de Conteúdo: a moeda do século XXI, DVS Editora, 1ª Edição, 2016.

TURCHI, S. R. Estratégias de marketing digital e e-commerce. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2019, 248p.