



UFCD 9978

Técnicas de Marketing Digital e Gestão de Redes Sociais

- 25 Horas –

Teresa Gaudêncio Santos

Formador a Distância – (IEFP Amadora)

PLANEAMENTO DA FORMAÇÃO



Programa de formação

Designação do curso	UFCD 9978 – Técnicas de Marketing digital e gestão de redes sociais				
Fundamentação da pertinência do curso	O Marketing Digital é, atualmente, uma realidade incontornável para organizações e marcas, permitindo-lhes chegar a novos mercados e novos clientes, estabelecer e consolidar relações com os seus públicos-alvo, e consequentemente melhorar os resultados de vendas. Regista-se, por isso, uma procura crescente por profissionais qualificados na área, sendo o desenvolvimento de competências de Marketing Digital e de Gestão de Redes Sociais fundamental para todos os profissionais de marketing, gestores de marcas e empreendedores.				
Objetivos Gerais	• Caracterizar o funcionamento dos motores de pesquisa. • Reconhecer os motores de pesquisa enquanto meios de marketing e publicidade. • Analisar campanhas de marketing digital. • Integrar redes sociais e blogues na atividade de um sítio web. • Caracterizar e distinguir redes sociais. • Definir planos de comunicação e de marketing digital. • Gerir e aferir resultados provenientes de uma estratégia de marketing digital.				
Destinatários	Ativos empregados, com idade superior a 18 anos e com, no mínimo, o 9º ano de escolaridade.				
Modalidade de Formação	E-learning				
Forma de Organização	A formação organiza-se numa combinação de sessões síncronas e trabalho assíncrono				
Metodologia pedagógica	Métodos expositivos e de aplicação, recorrendo aos materiais a disponibilizar, estudos de caso, tutoriais, bem como à realização de exercícios práticos e de simulação Metodologias colaborativas, mediante a utilização de fóruns de discussão, comunicação via e-mail e/ou chat Sessões síncronas por videoconferência.				
Metodologia de Avaliação	- Participação nas sessões síncronas; - Realização das tarefas propostas em cada módulo;				
Duração	Total (25 horas)	Síncronas	10 horas	Horário	18h30 às 20h30
		Assíncronas	15 horas		
Pré-requisitos	Computador e/ou Smartphone com acesso à internet				
Recursos técnicos e pedagógicos	Computador equipado com câmara, microfone, colunas; sistema operativo Windows ou outro que permita a instalação do Office e do TEAMS.				

Módulos ou Unidades temáticas	Objetivos Específicos (Comportamentos Esperados)	Principais conteúdos/tópicos	Duração
Módulo 0 – Apresentação e Ambientação	No final do Módulo 0, os formandos serão capazes de: • Conhecer os objetivos do curso • Compreender a pertinência e a organização dos temas a abordar	• Apresentação da formadora e dos formandos • Apresentação do curso, objetivos, conteúdos programáticos e avaliação – esclarecimento de dúvidas e discussão/partilha de expectativas • Apresentação das plataformas a utilizar e organização das mesmas	1 h
Modulo 1 – Introdução ao Marketing Digital	No final do Módulo 1, os formandos serão capazes de: • Resumir as principais etapas da evolução do Marketing e do Marketing Digital até aos dias de hoje • Identificar as principais características e especificidades do ambiente digital • Identificar e descrever os pilares do Marketing Digital	• Evolução do Marketing: Do Marketing 1.0 ao Marketing 5.0 • O conceito: O que é Marketing Digital • Ambiente Digital: Da importância do User Generated Content ao comportamento do	3 h

		consumidor num mundo globalizado • Pilares do Marketing Digital: planejar, atrair, ativar, converter e fidelizar	
Módulo 2 – Conhecer o consumidor	No final do Módulo 2, os formandos serão capazes de: • Distinguir Público-alvo e Persona • Identificar e segmentar o Público-alvo • Criar Buyer Personas	• Diferenças entre Público-alvo e Persona • Vantagens da utilização de Personas no Marketing Digital • Como criar uma Buyer Persona	3 h
Módulo 3 – Motores de Pesquisa	No final do Módulo 3, os formandos serão capazes de: • Definir o conceito de SEO e SEA • Compreender o funcionamento dos motores de pesquisa • Identificar e aplicar as principais estratégias de otimização para os motores de pesquisa	• O que é SEO, SEA e quais as suas vantagens? • Como funcionam os algoritmos dos motores de pesquisa • On Page SEO vs Off Page SEO • Medir os resultados - Web Analytics	5 h
Módulo 4 – Marketing de Conteúdo	No final do Módulo 4, os formandos serão capazes de: • Definir Inbound Marketing e Outbound Marketing	• O conteúdo é rei: introdução ao marketing de conteúdo • Publicidade vs Marketing de Conteúdo	5h

	• Identificar as melhores estratégias de Marketing de Conteúdo • Criar e gerir conteúdos de um Blog	• A importância dos Blogs no Marketing de Conteúdo • Geração de tráfego qualificado e geração de leads	
Módulo 5 – Redes Sociais	No final do Módulo 5, os formandos serão capazes de: • Selecionar as redes sociais digitais adequadas • Criar e gerir, de forma integrada, a presença em cada plataforma de rede social • Planear e implementar campanhas de marketing nas diferentes redes sociais	• Definição de Redes Sociais e sua evolução • Caracterização das Principais plataformas de Redes Sociais • Estratégias para Social Media: Vender sem Vender • Publicidade em Social Media	5h
Módulo 6 – Marketing Automation	No final do Módulo 5, os formandos serão capazes de: • Identificar as principais ferramentas de automação • Definir e implementar fluxos de automação de marketing	• O que é Marketing Automation • E-mail marketing vs Marketing automation • Principais plataformas de MA • Como criar uma campanha de MA	3h

Módulos/unidade temáticas	Horas			
	Presenciais	A distância		Total
		Síncrona	Assíncrona	
Módulo 0 - Apresentação e Ambientação	0	1	0	1
Modulo 1 – Introdução ao Marketing Digital	0	0	3	3
Módulo 2 – Conhecer o consumidor	0	1	2	3
Modulo 3 – Motores de Pesquisa	0	2	3	5
Módulo 4 – Marketing de Conteúdo	0	2	3	5
Módulo 5 – Redes Sociais	0	2	3	5
Módulo 6 – Marketing Automation	0	2	1	3
Total	0	10	15	25