



CURSO DE CURTA DURAÇÃO A DISTÂNCIA
de Criar uma Estratégia de Marketing
Digital 3ª Edição

A DISTÂNCIA E PRESENCIAL

Como Criar uma Estratégia de Marketing Digital 3ª Edição

Este curso é dirigido a todos os profissionais que pretendam adquirir competências na elaboração e monitorização de uma estratégia de Marketing Digital, para comunicar com o consumidor do século XXI através dos principais canais e plataformas de Marketing Digital, desde a fase da estratégia até à medição dos resultados.

Objetivos Específicos

No final do Curso os participantes estarão aptos a:

- Reconhecer a importância e os benefícios do Marketing Digital;
- Compreender as diferenças entre o Marketing Digital e o Tradicional;
- Compreender, planear e desenvolver estratégias globais de comunicação que integram eficaz e eficientemente os meios digitais;
- Identificar as ferramentas e as práticas digitais mais adequadas à sua área de atuação;
- Definir uma estratégia sólida e um plano de ação digital eficaz;
- Coordenar o lançamento e otimização de projectos digitais;
- Monitorar e avaliar o retorno destas ações, através da análise de métricas e indicadores;

Destinatários

Este curso está destinado a todos os profissionais da área do Marketing e Comunicação que pretendam compreender, rentabilizar ou integrar, na sua estratégia de desenvolvimento, as especificidades do digital e das novas tecnologias, bem como a todos os profissionais (sem formação específica em Marketing) interessados em obter conhecimentos sobre Marketing Digital: empresários, gestores, gestores de conteúdos, técnicos de Comunicação e Marketing, consultores e assessores de comunicação, e outros profissionais que atuam na área de Marketing, Comunicação e Publicidade.

Pré-requisitos

Os pré-requisitos necessários para frequentar este curso são:

- Ter acesso a um computador ou um tablet com ligação à Internet e um browser (programa para navegar na web), como o Chrome, Safari, Firefox ou Internet Explorer.
- Pode aceder ao curso a partir de qualquer computador (por exemplo, em casa e no escritório), tablet ou smartphone.

Conteúdo Programático

Módulo 0 – Apresentação de Plataforma e Método de Utilização

Módulo I - Fundamentos do Marketing Digital

- Principais conceitos e benefícios do Marketing Digital;

- O Marketing Digital VS o Marketing Tradicional;
- Inbound e Outbound Marketing;
- Marketing de Conteúdo;
- Perfil do e-Consumidor;
- A Jornada de Compra do Cliente;

Módulo II – Plataformas Digitais

- As Diferentes Plataformas Digitais;
- Marketing de Pesquisa (SEM e SEO);
- E-Mail Marketing;
- Social Media Marketing;
- Media Paga;
- Como Escolher a Melhor Plataforma para o seu Negócio;

Módulo III - Analíticas e Métricas

- A Importância das Métricas e das KPI'S para Medir o Sucesso;
- Análise de Dados, Métricas e Principais Indicadores;

Módulo IV - Criar um Plano de Comunicação On-line

Metodologia

Este curso tem sempre presente o formador, que irá mesmo dar a formação presencial através da plataforma.

O Formando pode intervir juntamente com o formador ou com os restantes formandos tal como faz na sala de aula.

As apresentações e exercícios serão sempre disponibilizados pelo formador no final de cada sessão de formação.

No final do curso receberá um Certificado de Formação Profissional caso frequente pelo menos 90% das aulas, realize os trabalhos e os testes propostos, participe nas discussões online e tenha avaliação final positiva.

Esta formação é certificada e reconhecida.

Pré-requisitos

Os pré-requisitos necessários **para frequentar este seminário** são:

- **Ter acesso a um computador ou um tablet com ligação à Internet e um browser (programa para navegar na web), como o Chrome, Safari, Firefox ou Internet Explorer.**
- **Pode aceder ao seminário a partir de qualquer computador (por exemplo, em casa e no escritório), tablet ou smartphone.**

Data de Realização

04 a 11 de novembro de 2024

Duração

18 Horas

Horário

14h00 às 17h00

Valor

350,00 + IVA



Oradora Dra. Ana Rafaela Marques

Licenciatura em Engenharia Têxtil
Bacharelato em Gestão de Marketing
MBA em Gestão de Empresas



Resumo de Competências

Ampla experiência em Marketing e Vendas em empresas multinacionais de diferentes sectores (Indústria, Comércio e Serviços), operando em diversos países (Portugal, Espanha, França, Inglaterra, Itália, Suécia, USA, Angola e Moçambique), com destaque na definição de “estratégias de marketing e comunicação”, “imagem e identidade corporativa; “gestão e ativação de marcas”, “campanhas institucionais e promocionais”, “gestão de redes sociais e redação de conteúdos”, “organização e supervisão de eventos. Consultoria e Formação em marketing, comunicação, vendas, negociação, atendimento e gestão de reclamações.

Facilidade na análise de situações, foco no Cliente, orientação para a concretização de resultados, capacidade de organização e de adaptação a ambientes multiculturais e multidisciplinares.

Experiência Profissional

Desde 2015: Gestora de Projetos – GSM, Gestão de Sinistros de Moçambique – Maputo, Moçambique;

De 2013 a dezembro 2015: Consultora de Marketing e Comunicação – diversas empresas nas áreas de construção civil [ALDO], carpintaria [AllWood], segurança [Plantão], instalações especiais [EOS], Recrutamento e Formação [Xela Services] – Luanda, Angola;

De 2012 a 2013: Gestora de Contas Sénior – Creation, Agência de Comunicação – Luanda, Angola;

De 2010 a 2012: Diretora de Marketing e Comunicação – DW [Darwin & Warhol], Agência de Marketing e Comunicação – Porto, Portugal;

De 2008 a maio 2010: Diretora de Marketing – Escola Superior de Negócios Atlântico - Atlântico Business School;

De 2006 a 2008: Marketeer – Instituto de Estudos Secundários Atlântico (IESA) – Vila Nova de Gaia, Portugal;

De 2005 a 2006: Gestora Comercial, Mercado Internacional – Finley Company, S.A. - Leça da Palmeira, Portugal;

De 2001 a 2005: Assistente Comercial, Mercado Internacional – Carvitex, Confeção de Malhas, Lda. – Póvoa de Lanhoso, Portugal;

De 1998 a 2001: Responsável de Marketing e Comunicação – IFS Portugal – Industrial & Financial Systems – Porto, Portugal;

Condições

Para se inscrever deverá nos contactar através dos seguintes meios

E-mail: geral@highskills.pt | Telefone: +351 217 931 365

Ou enviando a Ficha de Inscrição devidamente preenchida (encontra-se na última página).

Se tem mais do que uma inscrição, consulte-nos, pois, têm desconto de grupo associado!

High Skills – Formação e Consultoria, LDA.

Avenida de Berna, nº 11, 8º, 1050-040 Lisboa, Portugal

Nº fiscal: 513 084 568

A inscrição só fica confirmada após emissão da fatura final e o pagamento da mesma.

Cancelamentos e Não Comparências

O(s) formando(s) poderão fazer-se substituir por outro(s) participante(s), devendo comunicar a alteração até 2 dias úteis antes do início do seminário.

A sua não comparência do(s) formando(s) no dia de início da formação não dará lugar ao reembolso do valor da inscrição e será cobrada na sua totalidade.

Contactos para mais informações

E-mail: geral@highskills.pt | Telemóvel: 00351 935857339 (tem whatsapp)

Portugal 00351 217 931 365 | Angola 00244 94 112 60 90

Moçambique 00258 858 859 522 | Cabo Verde 00238 924 20 25

São Tomé e Príncipe 00239 999 25 15

Avenida de Berna, nº11, 8º, 1050-040 Lisboa – Portugal

Ficha de Inscrição

Deverá preencher e enviar-nos via e-mail geral@highskills.pt

1. CLIENTE (Preencher quando o Formando não é cliente final)			
Entidade:			
Responsável:			
Morada:			
Código Postal:			
Nº Contribuinte / Fiscal:			
Telefone:			
E-mail:			
2. DADOS FORMANDO(S)			
Nome Completo:			
E-mail:			
CCD:	Curso de Curta Duração a Distância de Como Criar uma Estratégia de Marketing Digital 3ª Edição		
Data Nascimento:		Nacionalidade:	
Tipo de Documento		Nº de Doc de Identificação	

HIGH SKILLS - FORMAÇÃO E CONSULTORIA, LDA

ANGOLA: 00244 94 112 60 90

CABO VERDE: 00238 924 20 25

MOÇAMBIQUE: 00258 858 859 522

PORTUGAL: 00351 217 931 365

SÃO TOMÉ E PRÍNCIPE: 00239 999 25 15

geral@highskills.pt

www.highskills.pt