

Mini-MBA de Especialização em Marketing Digital – a Distância



Índice

Duração Total do Mini-MBA de Especialização de Formação	2
Destinatários	2
Pré-Requisitos	2
Objetivo Geral	2
Objetivos Específicos	2
Estrutura Modular e Respetiva Carga Horária	3
Conteúdos Programáticos	3
Metodologia	5
Avaliação dos Formandos	5
ReMini-MBA de Especializações Didáticos	5
Equipa de Formação	6
Condições	6
Cancelamentos e Não Comparências	7
Contatos Possíveis para mais Informações:	7



Duração Total do Mini-MBA de Especialização de Formação

50 Horas

Destinatários

Este Mini-MBA de especialização destina-se a todos que pretendam desenvolver competências a nível do marketing Digital e as ferramentas mais atuais usadas assim como as estratégias desta área digital.

Pré-Requisitos

Os pré-requisitos necessários para frequentar este Mini-MBA de Especialização são:

- Experiência comprovada enquanto profissionais de Marketing e/ou conhecimentos sólidos na mesma área, ou ainda conhecimentos técnico-teóricos no acompanhamento e planeamento de atividades de Marketing, comunicação, publicidade, eventos, internet, etc.
- 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 Mini-MBA de Especialização a partir de qualquer computador (por exemplo, em casa e no escritório), tablet ou smartphone.

Objetivo Geral

Com a chegada da Web 2.0, o mundo tem vindo a tornar-se um lugar cada vez mais digital. Hoje, o consumidor está online, não prescinde do acesso à internet e utiliza massivamente os dispositivos móveis no quotidiano para efeitos de lazer, trabalho e consumo de bens e serviços. Face a esta nova realidade, e no sentido de potencializar o desenvolvimento de competências na área do digital, este Mini-MBA de Especialização tem como principais objetivos os de dotar os formandos de conhecimentos intermédios de marketing digital, ajudando-os a compreender conceitos e utilizar ferramentas, assim como a adaptar as suas estratégias de marketing digital para potenciar um negócio.

Objetivos Específicos

No final do Mini-MBA de Especialização os formandos devem estar aptos a:

- Identificar vários tipos de ferramentas de Marketing Digital e saber utilizá-las para a promoção de uma marca ou negócio;
- Criar conteúdo para redes sociais e blogues, otimizado para motores de pesquisa;
- Criar anúncios e gerir campanhas publicitárias para redes sociais e motores de pesquisa;

- Identificar métricas e KPIS para avaliação de desempenho de ações de marketing digital;
- Criar um plano de Marketing Digital.

Estrutura Modular e Respetiva Carga Horária

Módulo	Duração
<i>Módulo 0 – Abertura</i>	02 Horas
<i>Módulo I – Introdução ao Marketing Digital</i>	04 Horas
<i>Módulo II – Social Media Marketing</i>	10 Horas
<i>Módulo III – Motores de Pesquisa</i>	10 Horas
<i>Módulo IV – Blogging</i>	06 Horas
<i>Módulo V – Plano de Marketing Digital</i>	10 Horas
<i>Módulo VI - Encerramento</i>	08 Horas
Total	50 Horas

Conteúdos Programáticos

Módulo 0 – Apresentação de Plataforma e Métodos de Utilização

Módulo I – Introdução ao Marketing Digital

- Fundamentos de Marketing Digital;
- Marketing Tradicional vs. Marketing Digital;
- Diagnóstico de presença digital;
- Registo de marca.

Módulo II – Social Media Marketing

- Facebook Marketing
- Facebook Ads
- Instagram Marketing
- Linked'In Marketing
- Twitter Marketing
- Influencer Marketing
- Trending 2020

Módulo III – Motores de pesquisa

- Search Engine Optimization (SEO);
- Search Engine Marketing (SEM);
- Landing Pages;

- Google Ads;
- Google Analytics.

Módulo IV – Blogging

- Blogs internos e externos;
- Introdução ao Wordpress;
- Web Copywriting
- Boas práticas de Search Engine Optimization para blogues;
- Mensagens Call-to-Action;
- Storytelling.

Módulo V – Plano de Marketing Digital

- Como preparar um plano de Marketing Digital.

Módulo VI – Encerramento e Exame

Metodologia

Este Mini-MBA de Especialização tem como objetivo promover um ambiente interativo entre o formador e o grupo bem como entre todos os formandos. Neste sentido recorre a uma abordagem dos conteúdos programáticos através da utilização de métodos e técnicas pedagógicas diversificadas.

Momento / Objetivo	Método / Técnica
Módulos 1, 2, 3 e 4	Expositivo Demonstrativo Ativo
Módulos 5	Resolução de exercícios
Durante toda a ação de formação	Interrogativo

Avaliação dos Formandos

As técnicas de avaliação indicadas inserem-se nos 3 momentos de avaliação da seguinte forma, conforme expressa o quadro seguinte:

Momento	Técnica	Instrumento	Objetivo
Inicial	Formulação de Perguntas Orais	Guião de Perguntas	Verificar Pré-Requisitos
Formativo	Observação	Grelha Observação	Avaliar o desempenho ao longo das sessões
Sumativo	Observação	Grelha de observação	Avaliar o desempenho ao longo das sessões
Consolidação dos momentos de avaliação	Teste de avaliação final	Síntese dos resultados das avaliações formativa/sumativa	

Recursos Didáticos

- Documentação Teórica.

Equipa de Formação

Dra. Mónica Lário

Mestrado em Comunicação e Media;
Licenciatura em Marketing e Comunicação Empresarial;
Pós-Graduação em Neuromarketing para os Negócios;
Certificação Google em Google Analytics;
Certificação Google em Google Ads;
Formação em Advanced Analytics and Optimization;
Cambridge English C1 Certification;



Experiência Profissional:

Docente de Neuromarketing no Instituto Superior de Leiria;
Consultora de Marketing para câmaras municipais;
Consultora em Marketing em projetos de Ação Social/ outras entidades públicas;
Formadora e E-Formadora de Marketing e Marketing Digital para empresas [Portugal, Angola, Moçambique, Cabo Verde];
Brand Manager e gestora de marcas e PDVs.

Percurso Profissional:

Consultora, Docente e Formadora de Marketing, Neuromarketing e Marketing Digital, com formação superior nas áreas do Marketing, da Comunicação Digital e do Neuromarketing aplicado à otimização das vendas.

Experiência consolidada em criação de marcas de moda (Barn of Monkeys) e de tecnologias de informação (La Redoute.io), otimização da estratégia sensorial em pontos de venda físicos e criação e otimização de pontos de venda virtuais.

Atualmente exerce como consultora para entidades públicas e privadas na área do Marketing, e como docente/ professora e formadora no ensino superior e entidades de formação de renome nacional e internacional, em inglês e em português.

Condições

Caso tenha mais do que dois participantes consulte-nos para conhecer as nossas vantagens empresariais!

High Skills – Formação e Consultoria LDA

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

Nº fiscal: 513 084 568

A inscrição só fica confirmada após emissão da fatura pró-forma/fatura final e o pagamento da mesma.

Cancelamentos e Não Comparências

O(s) formando(s) poderão cancelar a sua inscrição até 6 dias uteis antes da data de inicio do Mini-MBA de Especialização.

O(s) formando(s) poderão fazer-se substituir por outro(s) participante(s), devendo comunicar a alteração até 5 dias úteis antes do inicio do Mini-MBA de Especialização.

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.

1. CLIENTE (Preencher quando o Formando não é cliente final)			
Entidade:		Telefone:	
Responsável:		E-mail:	
Morada:			
Código Postal:		Fax:	
Nº Contribuinte / Fiscal:			
2. DADOS FORMANDO(S)			
Nome:			
E-mail:			
Naturalidade:			
Mini-MBA:	MINI-MBA de Especialização em Marketing Digital – a Distância		
Data Nascimento:		Nacionalidade:	
Passaporte / BI:		Data de Validade:	

Contatos Possíveis para mais Informações:

E-mail: geral@highskills.pt

Telefone: +351 217 931 365

