



CURSO DE MARKETING DIGITAL

FORMAÇÃO SÉCULO XXI

Através de uma das mais modernas plataformas do mundo, a NetForma®, e de um dos modelos de maior eficiência do mercado, o SAFEM-D®, poderá realizar aprendizagens múltiplas, suportadas pela tecnologia, de uma das áreas do saber com maior futuro no nosso tempo, o **Marketing Digital**.

APRENDER QUASE SEM ESFORÇO:

- ▶ No computador, tablet e smartphone;
- ▶ Quando, onde e como quiser e ao seu ritmo;
- ▶ Sessões teóricas e de prática simulada;
- ▶ Conteúdos motivadores: vídeo, áudio, cor, etc.;
- ▶ Tutoria permanente online e por telefone;
- ▶ Avaliação contínua, sumativa e formativa.

PERCURSO PEDAGÓGICO

- ✔ 26 HORAS
- ✔ 11 SESSÕES DE ESTUDO
- ✔ 8 UNIDADES TEMÁTICAS

VANTAGENS

- ▶ Aprender Marketing Digital no meio mais adequado: eLearning;
- ▶ Aprender com os melhores especialistas do mercado;
- ▶ Aprender através da tecnologia: computador e smartphone;
- ▶ As competências que irá adquirir permitir-lhe-ão ser um profissional do futuro;
- ▶ As competências alcançadas dão-lhe um estatuto único no Marketing Digital;
- ▶ As competências obtidas permitem-lhe desenhar o seu próprio projeto;
- ▶ A Certificação DGERT atribui-lhe um comprovativo profissional nesta área;
- ▶ As empresas DLC e GuessWhat garantem-lhe formação de nível superior;
- ▶ Estudar na melhor e mais eficiente plataforma online, é garantia de sucesso;
- ▶ Estudar no curso com o mais elevado rácio custo/qualidade é saber decidir;
- ▶ Escolher um curso da DLC e GuessWhat é apostar na experiência e qualidade.



METODOLOGIAS SUPORTADAS PELA IA

O modelo pedagógico, andragógico e multimédia SAFEM-D e a Plataforma Netforma, permitem-lhe aprender como jamais pensou ser possível, com estímulos de índole muito diversa: vídeos, imagens animadas, gráficos, sons, voz, textos, simuladores, exercícios práticos, avaliação contínua, autoconhecimento sobre o estilo de aprender e das características emocionais necessárias à aprendizagem; em suma, a imersão num novo conceito de ensino/aprendizagem que supera totalmente as metodologias concorrentes.



DESTINATÁRIOS

Profissionais do Marketing tradicional, jovens licenciados em várias áreas, que estão à procura de conhecimentos e de competências que os ajudem a desenvolver novas formas de empreendedorismo e como promover os negócios; administradores; gestores e quadros técnicos que desejem perceber como se promovem atualmente produtos, de modo a tornar o diálogo mais fácil às pessoas que dirigem; profissionais diversos que procuram saber como potenciar as vendas no século XXI e estudantes, ou seja, todos os que se pretendem atualizar face à explosão da Internet e das redes sociais.

CONTACTOS

ANEXO

Curso: Marketing Digital	Minutos Tópicos	Horas Sessões	Horas Unidades
Unidade 1 - ESTRATÉGIA DIGITAL			4
Sessão 1 - Compreender o Digital		4	
Tópico 1- Mundo Digital	50		
Tópico 2- Consumidor e hábitos	66		
Tópico 3- O digital como estratégia de comunicação	46		
Tópico 4- Vantagens do Marketing Digital	78		
Unidade 2 - PRESENÇA ONLINE			5
Sessão 1 - A importância de ter uma presença online impactante		3	
Tópico 1- Enquadramento dos websites nas estratégias de Marketing Digital	46		
Tópico 2- Regras básicas de usabilidade e experiência online	62		
Tópico 3- Performance e Otimização	72		
Sessão 2 - Social Media Share e a importância de ser Mobile		2	
Tópico 1- A importância da ligação com as Redes Sociais	75		
Tópico 2- Mobile Friendly	45		
Unidade 3 - MOTORES DE BUSCA			4,5
Sessão 1 - Seja encontrado por quem o procura		1	
Tópico 1- O que são motores de busca?	20		
Tópico 2- Como funcionam os motores de busca?	40		
Sessão 2 - SEO & SEA		3,5	
Tópico 1- Bom conteúdo igual a bons resultados de pesquisa	106		
Tópico 2- Saiba que palavras-chave escolher	30		
Tópico 3- Adwords: Noções básicas de como estruturar, implementar e otimizar campanhas	74		

ANEXO

Curso: Marketing Digital	Minutos Tópicos	Horas Sessões	Horas Unidades
Unidade 4 - ANALYTICS			1
Sessão 1 - A importância de medir resultados		1	
Tópico 1- Introdução ao Google Analytics	40		
Tópico 2- Que resultados podemos obter e o que podemos fazer com eles	20		
Unidade 5 - EMAIL MARKETING			2,5
Sessão 1 - Mantenha os seus clientes e colaboradores informados do que anda a fazer		2,5	
Tópico 1- O que é, para que serve e porque é importante para as empresas	80		
Tópico 2- Base de Dados	70		
Unidade 6 - DISPLAY ADVERTISING			2
Sessão 1 - Alcance potenciais clientes enquanto navegam naturalmente na Internet		2	
Tópico 1- O que é o Display Advertising?	53		
Tópico 2- Search Advertising vs Display Advertising	19		
Tópico 3- Tipo de estratégias disponíveis	48		
Unidade 7 - REDES SOCIAIS			5
Sessão 1 - Contextualização		2	
Tópico 1- Redes Sociais em números	58		
Tópico 2- Definição de uma estratégia	62		
Sessão 2 - Gestão de Redes Sociais		3	
Tópico 1- Definição de objetivos, análise da concorrência e principais guidelines	58		
Tópico 2- Monitorização e otimização de resultados	67		
Tópico 3- Campanhas promocionais	55		
Unidade 8 - VÍDEO			2
Sessão 1 - O vídeo veio para ficar		2	
Tópico 1- A importância de incluir o vídeo na sua estratégia	58		
Tópico 2- Formas de partilhar e promover vídeos online	62		
Totais	1.560	26	26