



# Curso de formação em Marketing Digital

Datas a definir

UNAVE/UA

Articulação entre as dimensões profissionais e académicas



quinta  
edição

WWW.UNAVE.PT

unave  
associação para a formação  
profissional e investigação  
da universidade de aveiro

universidade  
de aveiro

## apresentação

A adoção dos canais digitais tem vindo a acentuar-se entre os consumidores, seja para fazer compras, para recolher informação nas diferentes fases do processo de decisão de compra, para comunicar e interagir com empresas, marcas e com outros consumidores ou para diversão. Para as marcas e as empresas é hoje em dia inquestionável a necessidade de estar presente na internet. Os canais digitais vêm assumindo um papel fundamental para acrescentar valor, prestar serviço aos clientes atuais e potenciais, fortalecer relacionamentos e fidelizar clientes. Contudo, para uma atuação eficaz nos meios digitais é essencial desenvolver competências digitais adequadas às necessidades e preferências dos clientes, que são cada vez mais exigentes, e às especificidades do negócio que se pretende desenvolver.

Assim, este curso pretende dar resposta à procura crescente de profissionais de marketing com formação específica na área do marketing digital por parte das empresas, dotando esses profissionais de conhecimentos, competências e atitudes adequadas a uma atuação eficaz e eficiente nos meios digitais.

### destinatários

Profissionais que trabalhem ou pretendam trabalhar em comunicação, marketing e vendas através dos meios digitais, independentemente do setor de atividade, das empresas ou do tipo de clientes.

Esta formação é, preferencialmente, destinada a licenciados em marketing, comunicação, gestão e áreas afins, sendo, também, adequada a profissionais com experiência nestes setores, ainda que não detentores de formação superior.

## objetivos

Este curso pretende promover a formação a profissionais de marketing, gestão e afins, em temas relevantes do marketing digital e contribuir para o aumento da competitividade das instituições para que colaboram ou venham a colaborar, dotando-os de conhecimentos e competências de marketing digital adequados ao contexto atual.

## objetivos específicos

- Identificar as principais características e desafios dos canais digitais;
- Analisar e comparar ações de marketing digital;
- Propor estratégias de marketing digital;
- Gerir uma presença online.

## métodos pedagógicos

Será adotado o método expositivo complementado com a análise de exemplos, demonstração de técnicas e exploração de aplicações habitualmente usadas em marketing. Esta combinação de métodos permite a aplicação dos conhecimentos teóricos e o desenvolvimento de competências específicas, por forma a atingir os objetivos globais da formação.

## avaliação

A avaliação da aprendizagem será feita em cada um dos módulos de formação, através de teste escrito e/ou da participação em atividades a realizar em sala de aula ou, globalmente, mediante apresentação de um trabalho final.

## certificação

A aprovação no Curso permitirá a **obtenção de 10 ECTS**, que são suscetíveis de serem creditados após pedido do aluno nos cursos conducentes da Universidade de Aveiro ou de outras instituições de ensino superior subscritoras do acordo de Bolonha, ao nível do 2º ciclo, quando a eles tenha acedido por alguma das vias legalmente previstas, e aí se encontre inscrito.

O formando que tiver uma frequência de pelo menos 80% do curso e não se submeta a avaliação (provas escritas e trabalho final) terá direito a um Certificado de Frequência.



## Plano de estudos e cronograma

Módulo	Sessão	Data	Horário	Formador	Nº horas
<b>E-marketing &amp; E-costumers</b>				Sara Santos	4+4
<b>Estratégia de marketing</b>				Miguel Pereira	4+4
<b>Desenvolvimento de websites</b>				José Nunes	4+4
<b>Comercio Eletrónico</b>				Pedro Costa	4+4
<b>Otimização de motores de busca</b>				Emanuel Grilo	4+4
<b>Marketing de conteúdos</b>				João Miguel Lopes	4+4
<b>Marketing nas redes sociais</b>				Miguel Pereira	4+4
<b>Marketing nas redes sociais</b>				Sara Santos	4+4
<b>e-mail Marketing</b>				Cláudia Costa	4+4
<b>Direito aplicado ao Marketing Digital</b>				Ana Carolina Sequeira	4
<b>Publicidade na internet I</b>				Carolina Correia	4+4
<b>Publicidade na internet II</b>				Pedro Costa	4+4
<b>Analytics &amp; KPIs</b>				Emanuel Grilo	4+4

**100h**

### **HORÁRIO**

sábados das 09:00 às 13:00 e  
das 14:30 às 18:30

## conteúdos programáticos

### **E-MARKETING & E-COSTUMERS**

Faz a introdução ao curso de formação em marketing digital, explorando os seus conceitos básicos, tendências e desafios para a atuação das marcas e empresas nos meios digitais. São também exploradas as tendências do consumidor nos meios digitais, designadamente o contributo da internet para as diferentes fases do processo de decisão de compra.

### **DIREITO APLICADO AO MARKETING**

Esta unidade de formação aborda os aspetos mais relevantes do enquadramento legal do marketing digital e do comércio eletrónico, designadamente por aplicação do direito do marketing e direito da publicidade, bem como do direito do comércio eletrónico.

### **ESTRATÉGIA DE MARKETING DIGITAL**

A eficácia do marketing digital depende da escolha de uma estratégia adequada e da sua definição clara. Nesta unidade de formação são exploradas as especificidades do plano de marketing digital, tendo em vista o desenvolvimento de estratégias adequadas à situação e aos objetivos.

### **DESENVOLVIMENTO DE WEBSITES**

Os websites são elementos fundamentais do património digital das empresas, pelo que importa compreender as opções no seu desenvolvimento que afetam a experiência dos utilizadores e conhecer as boas práticas atualmente aceites como fundamentais para a eficácia dos websites.

### **OTIMIZAÇÃO PARA OS MOTORES DE BUSCA**

É um aspeto central do sucesso dos websites, numa altura em que os motores de busca são a principal origem de visitantes, especialmente no caso de potenciais clientes. Nesta unidade de formação são exploradas as técnicas a adotar para conseguir melhorar a posição nos resultados naturais dos motores de busca.

### **COMÉRCIO ELETRÓNICO**

Os consumidores realizam cada vez mais compras online, o que vem levando cada vez mais empresas a desenvolver canais de venda digitais. Nesta unidade de formação são explorados quer a implementação de uma loja online gestão no dia a dia.

## conteúdos programáticos (cont.)

### MARKETING DE CONTEÚDOS

O conteúdo “é rei”, pois é com conteúdo (escrito e não só) que se cria valor para clientes atuais e potenciais. O conteúdo é uma arma fundamental da atração e fidelização de clientes. Importa, então, explorar estratégias e técnicas para criação de conteúdos valiosos para os diferentes públicos alvo, sejam profissionais ou clientes finais.

### PUBLICIDADE NA INTERNET

Nesta unidade de formação são aprofundadas as regras e técnicas para fazer publicidade nos motores de busca, redes sociais e sites em geral. São abordadas a implementação e gestão de campanhas de publicidade, assim como o seu controlo e avaliação.

### E-MAIL MARKETING

Apesar da ameaça dos spam e do uso generalizado dos e-mail para comunicar com clientes atuais e potenciais, o e-mail marketing continua a ser uma ferramenta poderosa no marketing digital.

Quando bem utilizada, pode ter taxas de conversão e ROI muito interessantes. Nesta unidade de formação são exploradas as regras da eficácia e as técnicas habitualmente utilizadas em *newsletter* e outras formas de *e-mail marketing*

### MARKETING NAS REDES SOCIAIS

Nesta unidade de formação são exploradas as especificidades das principais redes sociais usadas em Portugal pelas marcas para interagir com os seus clientes e outros *stakeholders*. São também abordadas regras, boas práticas e estratégias de gestão de crise.

### ANALYTICS & KPIS

A eficácia em marketing digital está sempre associada ao controlo, medição e avaliação de todas as suas ações. Neste módulo, são explorados os indicadores-chave de desempenho que um profissional de marketing digital deve controlar e é dada especial atenção a ferramentas de *analytics* habitualmente usadas.

## coordenação e equipa de formadores



### Ana Estima

A coordenação científico-pedagógica é da responsabilidade da professora Ana Estima, docente de Marketing no Instituto Superior de Contabilidade e Administração da Universidade de Aveiro (ISCA-UA), diretora da Licenciatura em Marketing da UA e doutorada em Marketing e Estratégia pelo consórcio das Universidades de Aveiro, Minho e Beira Interior.

## Equipa de formadores



### Ana Carolina Sequeira

Mestre em Direito Civil pela Faculdade de Direito da Universidade de Coimbra. É advogada e docente do ISCA-UA, onde tem lecionado diversas unidades curriculares na área das Ciências Jurídicas, nos cursos de Contabilidade, Finanças e Marketing



### Alda Silva

É formada em Jornalismo, Ciências da Comunicação/Multimédia e Design da Imagem, pela Universidade do Porto, e, pela FLAG, em Marketing Digital. Atualmente trabalha na equipa de e-commerce e mobilidade da Sonae MC.



### Carolina Correia

É social media *strategist* e *community manager* na Adclick, empresa com projetos de *publishing* em vários mercados, que oferece serviços de *lead generation* e *online sales*. Trabalhou como *traffic manager* geriu a publicidade do jornal Observador. É licenciada em Novas Tecnologias da Comunicação, pela UA, e mestre em Comunicação Multimédia.



### Cláudia Costa

Licenciada em Economia pela Universidade Católica Portuguesa. É atualmente *Senior Account Manager* na Egoi. Do seu percurso profissional, destaca a passagem pelo grupo Acualsales, onde esteve na gestão de Email Marketing e na agência de performance Hifficiency.



### Emanuel Grilo

É *project manager* de soluções de comunicação e divulgação na web, consultor e formador de *Search Engine Marketing*, otimização de motores de pesquisa, publicidade online e web *analytics*. Webmaster e designer, é, também, sócio-gerente da empresa Azulzen (*Google Partner Certified*).



### João Miguel Lopes

É docente e consultor nas áreas de Marketing Digital, Transmedia Storytelling e Digital Branding. Licenciado em Gestão na vertente de Marketing, frequenta o programa doutoral em Média Digitais das universidades do Porto, Nova, de Lisboa, e Austin, do Texas (EUA).

## coordenação e equipa de formadores

### Equipa de formadores



#### **José Nunes**

É docente no Departamento de Comunicação e Arte desde 1997 onde leciona Unidades Curriculares como Multimédia (edição de imagem, som e vídeo, bem como HTML desenvolvimento para a web) e Interação e Interfaces (User Experience, Usabilidade, Interação Humano-Computador e desenvolvimento de interfaces).



#### **Miguel Pereira**

Com mais de 13 anos de experiência profissional em marketing digital e mais de 7 anos de docência no Ensino Superior, tem o Título de Especialista em Marketing e Mestrado em Gestão. Apaixonado pelo digital, é docente de Marketing no ISCA-UA, faz consultoria em diversas marcas tendo também criado duas empresas.



#### **Pedro Costa**

É licenciado em Novas Tecnologias da Comunicação, pela Universidade de Aveiro, pós-graduado em Marketing Digital, pelo IPAM, e mestrando em Marketing, na UA. É docente, formador, CEO da Mais Buzz–Marketing Digital e Digital Marketing Strategist na Loja do Shampoo.



#### **Sara Santos**

Com mais de 12 anos de experiência profissional, é formadora e consultora de Marketing Digital em várias empresas. Atualmente é também docente no ISCA – UA e no Instituto Politécnico de Viseu. Doutorada em Gestão, especialidade Marketing e Estratégia pela Universidade do Porto e mestre em Marketing pela mesma Universidade. É licenciada em Comunicação Organizacional pelo Instituto Politécnico de Coimbra com uma Pós-graduação em Marketing Digital pelo IPAM.



## preço curso

1.750,00€

Early bird discount de 20% (1.400,00€) para inscrições feitas até 1 antes do início do curso.

Possibilidade de pagamento fracionado. Consulte-nos.

## inscrições

As inscrições devem ser feitas através da página da UNAVE, no formulário disponível.

A inscrição tornar-se-á efetiva após pagamento do valor do curso.

---

### INFORMAÇÕES

José Carlos Maximino  
[josecmaximino@ua.pt](mailto:josecmaximino@ua.pt)  
tlf.: 234 370 833 / 96 347 22 10

---

### LOCAL DE REALIZAÇÃO

Instalações da UNAVE Edifício 1  
Campus Universitário de Santiago  
3810-193

---

### CERTIFICAÇÃO

DGERT—Direção Geral do  
Emprego e das Relações de  
Trabalho



**Valoriza-te:**  
vem, vive e volta.

## unave

UNAVE—Associação para a Formação Profissional e Investigação da Universidade de Aveiro (UA), é, desde 1986, a unidade de interface da Universidade de Aveiro com a sociedade para a aprendizagem ao longo da vida (university lifelong learning).

Presente no mercado da formação contínua vai para três décadas, a UNAVE concebe, realiza e gere ações de formação de nível universitário ajustadas e flexíveis, em linha com as necessidades das pessoas e das organizações, que assentam na excelência do ensino da Universidade de Aveiro e beneficiam do diálogo permanente com as empresas e suas associações, com grupos profissionais e outros movimentos da sociedade civil, tanto no país como no estrangeiro.

A UNAVE visa contribuir para o desenvolvimento local, regional e nacional através da valorização profissional, técnica e cultural das pessoas e das organizações em geral, seguindo a política e os princípios orientadores definidos na missão da Universidade de Aveiro para a formação ao longo da vida:

“Criar conhecimento, expandir o acesso ao saber em benefício das pessoas e da sociedade, através da investigação, do ensino e da cooperação; assumir um projeto de formação global do indivíduo; ser ator na construção de um espaço europeu de investigação e educação, e de um modelo de desenvolvimento regional assente na inovação e no conhecimento científico e tecnológico.”

"O curso de Marketing Digital realizado na UNAVE tem tendência a assumir-se como um dos mais importantes cursos da área. Lecionado por alguns dos mais competentes e reconhecidos profissionais da área, o curso despertou-me para e dotou-me de algumas características fundamentais para uma boa prática do Marketing Digital na organização onde me insiro."

João Pedro Caetano

"O curso de Marketing Digital da UNAVE foi ao encontro das minhas necessidades e expectativas, fornecendo-me competências importantes ao nível da comunicação nas redes sociais. Um dos aspetos mais positivos do curso foi a componente prática que permitiu adquirir conhecimentos mais detalhados e específicos de marketing digital."

Maria Miguel Correia

**Adquira um conjunto de estratégias e competências de uso imediato que acrescentarão e produtividade ao seu trabalho**

**Amplie a sua rede de contactos, identifique potenciais parceiros rasgue novos horizontes!**

**Potenciamos talentos, atualizamos conhecimentos, partilhamos boas práticas!**

media partner:



**unave**

associação para a formação  
profissional e investigação  
da universidade de aveiro



universidade  
de aveiro