



# Programa Executivo Online em Marketing Digital e E-Commerce

# Programa Executivo Online em Marketing Digital e E-Commerce

## COORDENAÇÃO

Beatriz Casais | João Miguel Lopes

## DURAÇÃO / EXTENSÃO

80 HORAS / 5 meses

## LOCAL DE REALIZAÇÃO

Online (live):

Plataforma E-learning by FOCO ANJE -

<https://e-learning.anje.pt/>

ou Plataforma E-learning UMinhoExec -

[e-learning.uminhoexec.pt](https://e-learning.uminhoexec.pt)

## HORÁRIOS

Sessões online síncronas:

Terças e Quintas feiras das 19h às 21h



## Enquadramento E objetivos gerais

A economia digital ocupa já um lugar de destaque no mundo empresarial, permitindo que empresas das mais variadas dimensões desenvolvam negócios e ações de marketing e comunicação de forma a atrair novos negócios e transformar negócios locais em globais.

Hoje sabemos que 90% dos processos de compra se iniciam através de pesquisas online, mostrando que os negócios nestas plataformas, ou apoiados pelo Marketing Digital vieram para ficar de forma definitiva.

Sabemos também que esse processo foi acelerado pelas exigências de digitalização de negócios resultantes do período de pandemia que atravessamos. O mundo não é, nem será o mesmo e a forma como fazemos negócios também não, este novo paradigma exige por parte das empresas deter profissionais especializados e com competências nas mais diversas áreas que o meio digital online dispõe.

Esta, atualmente, é uma das necessidades de maior premência nas organizações, quer ao nível da sua comunicação, quer ao nível de desenvolvimento de novos modelos de negócio. Assim, o Programa Executivo Online Marketing Digital e E-Commerce direciona-se para a formação de uma nova geração de profissionais, capacitados para o desenvolvimento estratégico e a implementação de ações, simultaneamente táticas e operacionais, neste meio absolutamente essencial à competitividade empresarial. De resto, este programa executivo integra a execução de um projeto, desenvolvido de forma transversal em todos os módulos, e que os formandos terão a oportunidade de implementar nas suas empresas ou nos seus negócios.



## COMPETÊNCIAS A DESENVOLVER

No final da formação os participantes terão adquirido as competências necessárias para:

- Desenvolver e executar o planeamento de ações de marketing e comunicação no âmbito de uma estratégia no meio online;
- Gerir a identidade de uma marca, posicionamento e os principais critérios de segmentação de mercados em ambiente digital;
- Selecionar as melhores ferramentas para a implementação das estratégias de branding, definidas no ambiente digital online;
- Gerir e utilizar os novos meios digitais disponíveis, com o recurso às mais modernas técnicas, para a venda e comunicação de produtos, serviços e ideias;
- Gerir as redes sociais e outras plataformas de social media;
- Elaborar e coordenar campanhas de publicidade online;
- Criar conteúdos para este meio, alinhados com as necessidades dos públicos;
- Gerir e acompanhar a conversão de leads digitais em clientes;
- Desenvolver e gerir projetos de e-commerce e negócios com base na economia digital;
- Monitorar e avaliar o impacto de campanhas de marketing digital;

# programa

## Programa

### **Módulo 01** – Planeamento estratégico de marketing e comunicação digital (10h)

Formadoras: Beatriz Casais e Célia Brás

- 1.1 O Diagnóstico Digital, Objetivos e KPIs de Marketing Digital
- 1.2 A Buyer Persona e a Customer Journey
- 1.3 A estratégia de Inbound Marketing
- 1.4 Digital Touchpoints e Planeamento Estratégico de marketing digital

\*Neste módulo dá-se início ao projeto prático transversal a cada um dos módulos

### **Módulo 02** – E-Commerce e Marketplaces (10h)

Formadores: Vera Maia e João Portela

- 2.1 A estratégia de e-commerce:
  - 2.1.1 Modelos de negócio e canais de venda em e-commerce
  - 2.1.2 Fatores de sucesso em E-commerce
  - 2.1.3 Pontos-chave para o crescimento e aceleração das vendas online
  - 2.1.4 Plataformas de e-commerce
  - 2.1.5 Reporting
- 2.2 E-Marketplaces:
  - 2.2.1 Introdução
  - 2.2.2 Tipos de e-Marketplaces
  - 2.2.3 A venda em e-Marketplaces
  - 2.2.4 E-Marketplaces numa estratégia de “Balanced Commerce”
  - 2.2.5 O desenho de uma estratégia para e-Marketplaces
  - 2.2.6 Exemplos práticos: empresas e e-Marketplaces
  - 2.2.7 O futuro

# programa

O Programa Executivo Online Marketing Digital e E-Commerce terá uma duração de 80 h, estruturado num Programa de Conteúdos constituído por 8 módulos formativos.

## **Módulo 03** – SEO – Search Engine Optimization (06h)

Formador: Hélder Oliveira

- 3.1 Funcionamento dos motores de pesquisa
- 3.2 Introdução ao SEO
- 3.3 Vantagens e desvantagens do SEO
- 3.4 SEO vs SEM
- 3.5 Processo SEO
- 3.6 Análise do mercado e concorrência
- 3.7 Palavras-chave
- 3.8 Técnicas de otimização on-page e off-page
- 3.9 SEO Vídeo
- 3.10 Relatórios SEO
- 3.11 Ferramentas úteis

## **Módulo 04** - Search Engine Marketing:

Google Ads e análise de métricas (12h)

Formador: António Castro

- 4.1 Google adwords
  - 4.1.1 AdWords Editor e MCC;
  - 4.1.2 Pesquisa de Keywords;
  - 4.1.3 Configurar Conta AdWords e criar Campanhas AdWords;
  - 4.1.4 Criar Anúncios e Grupos de Anúncios;
  - 4.1.5 Segmentação Geográfica;
  - 4.1.6 Extensão de Anúncios;
  - 4.1.7 Índice de Qualidade;
  - 4.1.8 Tipos de Correspondência de Keywords;
  - 4.1.9 Planeamento de Campanha;
- 4.2 Análise das métricas de desempenho
  - 4.2.1 Google Analytics (exploração);
  - 4.2.2 Relatórios AdWords/Analytics;

# programa

## **Módulo 05** – Redes Sociais Facebook, Instagram e LinkedIn (12h) \*incluir métricas e KPIs Formador: Helder Pinto

- 5.1 Estratégia e desenvolvimento de campanhas de publicidade online:
  - 5.1.1 Como criar uma pauta de produção de conteúdos para várias redes sociais
  - 5.1.2 Como automatizar processos para maximizar produtividade
  - 5.1.3 Como criar campanhas de Paid Media no Facebook e Instagram
  - 5.1.4 Setup de Audiências Customizadas
  - 5.1.5 Como criar campanhas de Paid Media no LinkedIn

## **Módulo 06** – Marketing de conteúdo (10h) Formadores: João Miguel Lopes e Raquel Gonçalves

- 6.1 Estratégia de Content Marketing com base na construção da narrativa da marca
- 6.2 Como adaptar os conteúdos da marca às diferentes plataformas digitais
- 6.3 Processos criativos para o desenvolvimento de elementos web
- 6.4 Conceitos de design gráfico: cor, tipografia, imagem
- 6.5 Utilização de ferramentas para produção de conteúdos digitais

# programa



## **Módulo 07** – Plataformas de Marketing e

Comunicação Online (10h)

Formador: Emanuel Grilo

7.1 Desenvolvimento de plataformas online com base em tecnologia Wordpress:

7.1.1 Introdução ao Web Design, Arquitetura da Informação e Usabilidade

7.1.2 Websites, Blogs e Lojas Online (E-Commerce)

7.1.3 Instalação e configuração Wordpress/ WooCommerce

7.1.4 Instalação manual e automática (Softaculous) do WordPress

7.1.5 Seleção de temas para layouts e instalação

7.1.6 Instalação e parametrização de Plugins

7.1.7 Configuração de Site, Blog e Loja online

7.1.8 Ferramentas de Optimização SEO



## **Módulo 08** – Projeto Marketing Digital 360

Orientadores: João Miguel Lopes e Beatriz Casais

Desenvolvimento de projeto transversal que integra e operacionaliza o conjunto de competências adquiridos ao longo do programa.

O projeto final será apresentado através de um pitch que descreva todas as componentes estratégicas, criativas e de desenvolvimento do projeto.

# programa

## **METODOLOGIA DE FORMAÇÃO**

O Programa Executivo Online Marketing Digital e E-Commerce adotará uma metodologia formativa ativa assente na exploração de situações reais, exercícios práticos e simulações, orientada para a criação de uma estratégia e ação de marketing digital. Esta metodologia concretizará a criação de projetos de marketing digital (componente estratégica e componente tático/prática), aplicados aos casos empresariais dos participantes.

# formadores

## Coordenação

### Beatriz Casais

Professora auxiliar na Escola de Economia e Gestão da Universidade do Minho, na área do marketing e estratégia. Doutorada em Ciências Empresariais – variante de Marketing e Estratégia, pela Universidade do Porto, mestre em Marketing, licenciada em Jornalismo e Ciências da Comunicação, com pós-graduação em Comunicação em Saúde, pela mesma universidade, foi anteriormente gestora de marketing e comunicação no Ministério da Saúde – Coordenação Nacional para a Infeção VIH/sida e jornalista no Diário Económico e na Rádio Renascença. Investiga nas áreas de marketing social, marketing público e não lucrativo, publicidade e relações públicas, marketing digital, comércio eletrónico e e-marketplaces, bem como na área da economia da partilha.

Tem vindo a publicar os resultados da sua investigação em revistas científicas, como por exemplo no Journal of Social Marketing, Journal of Hospitality and Tourism Management, Review of International Business and Strategy, Place Branding and Public Diplomacy, International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research, Journal of Hospitality and Tourism Technology, International Review on Public and Nonprofit Marketing, Health Marketing Quarterly, ou o Journal of Macromarketing, entre outras revistas científicas e capítulos de livro.

 <https://www.linkedin.com/in/beatrizcasais/>



# formadores

## João Miguel Lopes

Acumula mais de 20 anos de experiência como consultor em agências de marketing e comunicação, desenvolvendo projetos de ativação de marcas no meio digital online.

Docente em Mestrados e Pós-Graduações no IPAM, IADE, Universidade Portucalense, Porto Executive Academy nas áreas de Marketing Digital, Digital Branding, Content Marketing e Transmedia Storytelling. Participou em livros com temáticas nas áreas de Marketing Digital, Social Media Marketing e Transmedia Storytelling nos livros: "Marketing a Preto e Branco"; "Marketing Digital 360"; "Vídeo Marketing" e "Marketing de Alimentos para iniciantes".



 <https://www.linkedin.com/in/joaomiguelopes/>

# formadores

## Formadores

### António Castro

Google Partner, Consultor de Marketing Digital e Formador, com mais de 20 anos de experiência em comunicação, e uma paixão assumida por conteúdos (inbound), motores de busca e Wordpress.

Presentemente, foca a sua atividade em Estratégia e Posicionamento Digital, ajudando empresas de todas as dimensões na definição de ações concretas para posicionamento em motores de busca (SEO - Tráfego Orgânico e Google Ads - Tráfego Pago), transformando websites em ferramentas de geração de leads e definindo estratégias de conteúdo e arquiteturas de informação para websites. É também responsável, desde 2018, pela estratégia e implementação de publicidade paga (Google Ads em Search e Display) de um dos maiores grupos de venda de automóveis em Portugal, a Caetano Retail.

Em 2018, foi um dos oradores convidados para o projeto Norte Digital, iniciativa da ACEPI, que tinha a missão de ajudar a mudar paradigmas e apoiar as PME do Norte do país a construírem uma estratégia digital de sucesso para competirem no mercado global.

Nas suas experiências profissionais, já fez parte de equipas em agências de publicidade como Copywriter e Criativo, agências de webdesign, enquanto Gestor e Coordenador de Projetos na área editorial (Infoportugal, do grupo Impresa) e na área da saúde (Alert Life Sciences), entre outras experiências.



[in https://www.linkedin.com/in/antoniodecastro/](https://www.linkedin.com/in/antoniodecastro/)

# formadores

## Célia Brás

Desde 2019, é COO da agência Adclick com mais de 10 anos de experiência na coordenação de projetos nacionais e internacionais de marketing digital. Docente convidada no IPCA, mestre em Gestão Comercial (FE-UP), licenciada em Gestão (UBI) e com uma Pós-Graduação em Marketing Management (PBS). Estes anos na Adclick têm permitido a possibilidade de contactar com desafios das diferentes esferas do marketing digital. Uma forte aptidão para a compreensão das necessidades efetivas dos clientes e com a capacidade de apresentação de estratégias que procuram resolver a real dor do cliente. A sua aproximação directa com as operações permite ter um know-how profundo das possibilidades e limitações técnicas de implementação, de modo a procurar a solução que seja mais eficiente de ser implementada e que garanta os melhores resultados.



[in https://www.linkedin.com/in/celia-bras-67595317/](https://www.linkedin.com/in/celia-bras-67595317/)

## Emanuel Grilo

Project Manager e Webmaster na AZULZEN (Google Partner Certified). Consultor e técnico responsável de diversas soluções de comunicação e divulgação na Web na arquitectura de informação, na otimização para motores de pesquisa (Search Engine Optimization), estratégia de publicidade online (Google Ads) e performance Web Analytics. Docente na Pós-Graduação de Marketing Digital no IPAM-IADE e na Pós-Graduação Marketing, Publicidade e Design para PMEs na Universidade Fernando Pessoa. Formador no curso de Marketing Digital na UNAVE/UA. Formador no MBA Digital Marketing & Online Business na Restart. Desenvolve, ao longo dos últimos 15 anos, estratégias de Search Engine Marketing para marcas nacionais e internacionais nas áreas da Indústria, da Moda, do Turismo, do Retalho, entre outras, para clientes e agências.



[in https://www.linkedin.com/in/emanuelgrilo/](https://www.linkedin.com/in/emanuelgrilo/)

# formadores

## Hélder Pinto

Profissional de Marketing Digital com conhecimento transversal às diferentes temáticas desta área (SEO, Google Ads, Facebook Ads, PPC, Landing Pages, etc) e com maior especialização em Estratégia de Marketing, PPC, Chatbots e E-mail Marketing. É Certified Messenger Marketing através da Manychat, plataforma N°1 em todo o Mundo no desenvolvimento de Chatbots.

Desde 2018 trabalha na definição estratégica bem como implementação operacional, coordenando uma equipa de profissionais de Marketing, tendo a oportunidade de colaborar em projetos com resultados comprovados, em diferentes áreas, desde geração de Leads, Online Gambling, Casino e E-commerce, com volumes de investimento publicitário elevados, que ultrapassam a barreira de 1 milhão de euros anuais. Do seu portefólio de marca trabalhadas destaca Casino Solverde, MO (ex-Modalfa), NOS, NPS - Nos Primavera Sound, Clínicas Smile-UP, Perfumes.pt. Habitualmente, produz conteúdos relacionados com o mercado digital, procurando contribuir ativamente para a formação de empresários, profissionais de marketing, gestores e estudantes.

 <https://www.linkedin.com/in/helderpintomarketingdigital/>



## Hélder Oliveira

Mestre em Marketing e Comunicação Estratégica pela Universidade Fernando Pessoa e licenciado em Gestão de SI e Multimédia pelo ISLA. Hélder Oliveira é responsável pelas áreas de web e marketing digital na agência de marketing e comunicação Follow - Health & Business. Formador de web development e marketing digital.

 <https://www.linkedin.com/in/helderpso/>



# formadores

## João Portela

É licenciado em Administração e Gestão de Empresas pela Universidade Católica Portuguesa (1998) e Master in Business Administration pelo ESADE Business School (2004).

Especialista em internacionalização de empresas e em desenvolvimento de negócios. Liderou durante 15 anos vários negócios internacionais do grupo Sonae com destaque para a internacionalização das marcas da Sonae Fashion no período 2013 a 2019, o que passou também pela introdução da Zippy na Amazon e noutros Emarketplaces. Como empreendedor fundou e geriu start up de 2006 a 2014 tendo trabalhado na consultoria para empresas nomeadamente em projectos de Internacionalização e de Marketing Digital.



[in https://www.linkedin.com/in/thejoaoportela/](https://www.linkedin.com/in/thejoaoportela/)

## Raquel Gonçalves

É Fundadora e Diretora Criativa da Axon Studio, agência de comunicação que trabalha marcas nas mais variadas áreas de negócio, no contexto digital e offline.

Docente na área de Design Gráfico e Web Design, participa também como oradora em diferentes conferências pelas Universidades de Portugal com temas relacionados ao Design, Marketing Digital e Sustentabilidade.

Licenciada em Design de Comunicação pela ESAD, Pós-Graduada em Marketing Digital.



[in https://www.linkedin.com/in/raquelgoncalvesm/](https://www.linkedin.com/in/raquelgoncalvesm/)

# formadores

## Vera Maia

Licenciada em Ciências da Comunicação na Universidade do Minho e pós-graduada em Marketing Digital pelo IPAM, Vera Maia apaixonou-se pelo marketing digital ainda nos corredores da universidade e dedicou todo o seu percurso profissional a esta área, especializando-se na área de e-commerce/e-business. No currículo, a formadora acumula experiências enquanto assistente de marketing no Well Domus, especialista de comércio eletrónico na Salsa e e-commerce manager na Sacoor.



 <https://www.linkedin.com/in/veramonicamaia>

# destinatários + investimento

## Destinatários

Este programa avançado executivo destina-se primordialmente a:

- Profissionais das áreas de Gestão, Marketing, Comunicação, Web que pretendam adquirir ou reforçar as suas competências na área do meio digital.
- Empreendedores que pretendam adquirir ou reforçar competências que lhes permitam utilizar o marketing digital no seu negócio ou iniciar negócios na área da economia digital, nomeadamente assentes no E-Business
- Público em geral que pretenda adquirir/reforçar as suas competências nesta área temática.

## Investimento

1.800,00 euros (Público em geral)

1.530,00 euros (Associado ANJE e alumni Uminho)

1.530,00 euros (Early Bird -até 60 dias anteriores ao início da formação)

Consulte-nos para mais detalhes em situações de:

- Inscrição de grupos;  
(desconto de 20% para inscrições corporativas – a partir de 3 elementos)
- Possibilidade de pagamento fracionado. (3 prestações)

aprende  
muda  
cria



## Contactos

### CONTACTOS

**Cláudia Almeida | Marta Ferreira**

[focoanje@anje.pt](mailto:focoanje@anje.pt) | [uminhoexec@eeg.uminho.pt](mailto:uminhoexec@eeg.uminho.pt)

t. 220 108 000 | 253 604 575



<https://foco.anje.pt>

<https://www.uminhoexec.pt>



[/anje.foco](https://www.facebook.com/anje.foco)



[/uminhoexec](https://www.facebook.com/uminhoexec)