



Programa Executivo em Marketing Digital e E-Commerce



COORDENAÇÃO

ANJE | UMINHO EXEC

BEATRIZ CASAIS | JOÃO MIGUEL LOPES

DURAÇÃO/ EXTENSÃO

80 horas | 4 meses

LOCAL DE REALIZAÇÃO

Online (live): Plataforma E-learning - <https://e-learning.uminhoexec.pt/>

HORÁRIOS

Terças, quartas e quintas-feiras das 19h00 às 21h00

Enquadramento e objetivos gerais

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 oferece.

Assim, o Programa Executivo em Marketing Digital e E-Commerce – online dirige-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.



O comércio eletrónico está a todo o gás, impulsionado por uma alteração profunda dos hábitos dos consumidores. No espaço de uma década, entre 2011 e 2021, o valor global gerado por esta modalidade aumentou cerca de 219%, passando de 38 mil milhões de euros para 121,3 mil milhões, ou seja, 56,5% do PIB nacional. Quanto ao número de compradores online em Portugal, que cresceu significativamente durante o período de pandemia, de 45% para 52%, a ACEPI prevê que suba até ao final do ano quatro pontos percentuais, para 56%, sendo expectável que a tendência de aumento se mantenha até 2026, com mais de 70% dos portugueses a fazer compras online nesse ano.

*In Dinheiro Vivo
2022*



Objetivos Específicos

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

1. 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;

2.

3. 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;

4.

Objetivos Específicos

5. Gerir as redes sociais e outras plataformas de social media;

Elaborar e coordenar campanhas de publicidade online;

6.

7. Criar conteúdos para o meio digital, alinhados com os objetivos definidos e com as necessidades dos públicos;

Gerir e acompanhar a conversão de leads digitais em clientes;

8.

9. Desenvolver e gerir projetos de e-commerce e negócios com base na economia digital;

Monitorar e avaliar o impacto de campanhas de marketing digital;

10.

Programa

MÓDULO 01

Planeamento estratégico de marketing e comunicação digital (10h)
Formadora: Célia Brás

Objetivos/finalidades do Módulo

Dotar os formandos de competências estratégicas para a conceção de um plano de marketing digital.

Resultados da Aprendizagem

- Explicar a importância da estratégia em contexto digital
- Trabalhar com canais digitais, em particular com marketing digital
- Identificar as fases de implementação de um projeto de marketing digital e e-commerce
- Delinear uma estratégia digital focada num negócio específico.

MÓDULO 02

E-Commerce e e-Marketplaces (10h)
Formadora: Vera Maia

Objetivos/finalidades do Módulo

Preparar os alunos para desenvolver e gerir projetos de e-commerce e negócios com base na economia digital

Resultados da Aprendizagem

- Desenvolver projetos de e-commerce e negócios com base na economia digital
- Gerir projetos de e-commerce e negócios com base na economia digital

MÓDULO 03

SEO – Search Engine Optimization (06h)

Formador: Helder Oliveira

Objetivos/finalidades do Módulo

O módulo de SEO tem como objetivo apresentar e demonstrar a importância da otimização de sites para os motores de pesquisa como uma das componentes mais importantes dentro do marketing digital.

Os formandos terão a oportunidade de explorar diversas ferramentas de SEO e adquirir conhecimentos sobre os processos mais eficientes de acordo com as boas práticas dos motores de pesquisa.

Resultados da Aprendizagem

- Planear estrategicamente a utilização de técnicas de SEO para o posicionamento de um site nos motores de pesquisa.
- Descrever o funcionamento dos motores de pesquisa;
- Efetuar pesquisas com base em palavras-chave selecionadas;
- Analisar a concorrência;
- Definir objetivos de SEO;
- Arquitetar a informação de um site para SEO;
- Realizar uma auditoria ao site em termos de SEO On-Page;
- Otimizar sites segundo as melhores práticas;
- Definir e implementar estratégias de link building;
- Executar relatórios

MÓDULO 04

Search Engine Marketing: Google Ads e análise de métricas (12h)

Formador: António Castro

Objetivos/finalidades do Módulo

Preparar os alunos para otimizar o website institucional com as técnicas centrais de Search Engine Marketing, com vista à otimização no ranking de search dos motores de busca.

Resultados da Aprendizagem

- Otimizar o website institucional com as técnicas centrais de Search Engine Marketing,
- Otimizar o website institucional no ranking de search dos motores de busca

MÓDULO 05

Redes Sociais Facebook, Instagram e LinkedIn (12h)

Formadora: Helena Dias

Objetivos/finalidades do Módulo

Preparar os alunos para Compreenderem o funcionamento das redes sociais e outras plataformas de social media e para analisarem o return of investment de paid advertising nas redes sociais

Resultados da Aprendizagem

- Explicar o funcionamento das redes sociais e outras plataformas de social media
- Interpretar o return of investment de paid advertising nas redes sociais
- Gerir as redes sociais e outras plataformas de social media

MÓDULO 06

Marketing de Conteúdo (10h)

Formadores: João Miguel Lopes e Susana Otão

Objetivos/finalidades do Módulo

Preparar os alunos para desenvolver conteúdos digitais adaptados aos meios de modo a gerar envolvimento com as audiências, bem como competências de comunicação visual

Resultados da Aprendizagem

- Criar conteúdos alinhados com as necessidades do público alvo, no seu conteúdo narrativo e gráfico
- Evidenciar competências de comunicação visual

MÓDULO 07

Plataformas de Marketing e Comunicação Online (10h)

Formador: Emanuel Grilo

Objetivos/finalidades do Módulo

Preparar os alunos para selecionar as melhores ferramentas para a implementação de estratégias de branding definidas no ambiente digital online

Resultados da Aprendizagem

- Utilizar os meios digitais disponíveis com recurso às técnicas digitais para venda e comunicação de produtos, serviços e ideias
- Gerir os meios digitais disponíveis com recurso às técnicas digitais para venda e comunicação de produtos, serviços e ideias

MÓDULO 08

Projeto Marketing Digital (10h)

Formadores: Beatriz Casais e João Miguel Lopes

Objetivos/finalidades do Módulo

Preparar os alunos para desenvolver uma estratégia integrada de marketing digital para diferentes targets e com diferentes objetivos estratégicos

Resultados da Aprendizagem

- Produzir um plano integrado de marketing digital e e-commerce adaptado a um contexto empresarial específico

Metodologia de Formação

O Programa Executivo Online em 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.

Avaliação

A avaliação é contínua e baseada na assiduidade e participação dos formandos ao longo do curso.

A atribuição da nota final (0 a 20 valores) será realizada tendo por base a nota obtida no trabalho de marketing digital 360 e considerando a assiduidade e participação do formando ao longo da formação.

A conclusão com aproveitamento positivo deste Programa Executivo possibilita a atribuição de 8 ECTS.

Coordenação



**Beatriz
Casais** **in**

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. .



**João
Miguel
Lopes** **in**

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”.

Formadores



Célia
Brás

in

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 direta 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.



Vera
Maia

in

Licenciada em Ciência da Comunicação, pela Universidade do Minho, e pós-graduada-graduada em Marketing Digital, pelo IPAM, 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 seu currículo, acumula experiência enquanto assistente de marketing no Well Domus, especialista de comércio eletrónico na Salsa e e-commerce manager na Sacoor.



Helder
Oliveira

in

Mestre em Marketing e Comunicação Estratégica pela Universidade Fernando Pessoa e licenciado em Gestão de SI e Multimédia pelo ISLA.

Helder Oliveira é responsável pelas áreas de web e mobile na Follow Health & Business e formador de web development e marketing digital.



**António
Castro** in

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.



**Susana
Otão** in

Jornalista, formadora e copywriter. Foi repórter durante 15 anos no Jornal de Notícias, passou por várias Agências de Comunicação e atualmente é freelancer na área de Content Marketing. Paralelamente é formadora na área de Escrita Criativa em diversas instituições e programas de formação.



**Helena
Dias** in

Profissional na área de estratégia digital, community manager, content writer e formadora, já colaborou com marcas como Texas Instruments, Saint-Gobain Portugal, American Tourister Portugal, Serrata, Arcádia, Flama, Cavalinho, Porcelanas Costa Verde, Andreia Professional, ARCH Valadares e Prio Energy. É docente no ensino superior nas áreas de social media, publicidade online, marketing de conteúdo, analytics e SEO.



**Emanuel
Grilo** in

Project Manager e Webmaster na AZULZEN (Google Partner Certified). Consultor e técnico responsável de diversas soluções de comunicação e divulgação na Web na arquitetura 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 Retail, entre outras, para clientes e agências.

Destinatários e Investimento

Destinatários

O Programa Executivo em Marketing Digital e E-Commerce 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

* Os formandos deste curso são elegíveis para o Programa de Bolsas de Estudo da Aliança de Pós-Graduação da UMinho. Mais info [AQUI](#)

Extras:

- €26,00 – Taxa de inscrição em formações e cursos não conferentes de grau (inclui o seguro escolar obrigatório – 2,50€)

ANJE

FORMAÇÃO



UMinho Exec
Executive Business Education



PRR
Plano de Recuperação
e Resiliência



REPUBLICA
PORTUGUESA



Financiado pela
União Europeia
NextGenerationEU

Cláudia Almeida | Marta Ferreira

anjeformacao@anje.pt | uminhoexec@eeg.uminho.pt

t. 220 108 074 | 253 604 575

<https://anjeformacao.pt> | <https://www.uminhoexec.pt>