

## Marketing Digital – a Distância

### Objetivos Gerais

Este curso é dirigido a todos os profissionais que pretendam adquirir conhecimentos para utilizar de forma eficaz as redes sociais, assim como de desenvolver estratégias e campanhas de marketing focadas nas redes sociais.

### Objetivos Específicos

No final deste Curso os participantes saberão:

- Utilizar várias plataformas de Marketing Digital para otimizar a comunicação com (potenciais) Clientes;
- Utilizar ferramentas digitais integradas com a Marketing offline para a divulgação de produtos, serviços ou marcas;
- Analisar a eficácia, medição do retorno das campanhas implementadas e ajuste da estratégia implementada.

### Destinatários

Este curso é dirigido a todos os profissionais ativos, empregados e desempregados que, no âmbito da sua formação contínua, pretendam aperfeiçoar/atualizar os conhecimentos nas respetivas áreas de formação e é válido para efeito do cumprimento das 40 horas anuais de formação obrigatória de acordo com o código do trabalho, mas também se destina a Gestores, Quadros Médios, Superiores, Técnicos e outros profissionais com interesse em obter/consolidar conhecimentos na área.

### Pré-requisitos

Os pré-requisitos necessários para frequentar este curso são:

- 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 curso a partir de qualquer computador (por exemplo, em casa e no escritório), tablet ou smartphone.

### Carga Horária

18 horas

## Conteúdo Programático

### Módulo 0 – Apresentação de Plataforma e Método de Utilização

### Módulo I – Internet e os Canais de Distribuição

- Business to Business – B2B;
- Business to Consumer - B2C;
- One to One - O2O;
- Business to Administration - B2A.

### Módulo II – Portais, Sites, Motores de Busca, Centro Comerciais Virtuais, Lojas Virtuais

- O papel do Website no Marketing Digital;
- Desenvolvimento e manutenção de Páginas Web;
- Arquitetura de Informação;
- Usabilidade;
- Planeamento de um Web Site;
- e-Commerce;
- Conceito;
- Motivações para a adesão ao e-Commerce;
- Fatores de sucesso.

### Módulo III – Tecnologias de Informação e a Relação com o Cliente

- A tecnologia ao serviço do marketing e da comunicação;
- O novo consumidor digital;
- Mensagens e formatos de comunicação digital com o cliente.

### Módulo IV – e-Consumer

- Características;
- Tendências de consumo;
- Hábitos de consumo nas plataformas digitais;
- Processos de decisão de compra;
- Satisfação dos e-Consumers.

### Módulo V – e-Marketing

- Conceito e evolução;
- Fundamentos do e-Marketing;
- Vantagens da internet para os consumidores;
- Internet e o desenvolvimento de novas aplicações do marketing.

### Módulo VI – e-Commerce

- Conceito;
- Motivações para a adesão ao e-Commerce;
- Fatores de sucesso.

### Metodologia

Este curso tem sempre presente o formador, que irá mesmo dar a formação presencial através da plataforma.

O Formando pode intervir juntamente com o formador ou com os restantes formandos tal como faz na sala de aula.

As apresentações e exercícios serão sempre disponibilizados pelo formador no final de cada sessão de formação.

No final do curso receberá um Certificado de Formação Profissional caso frequente pelo menos 90% das aulas, realize os trabalhos e os testes propostos, participe nas discussões online e tenha avaliação final positiva.

Esta formação é certificada e reconhecida.