

CONCEBER E IMPLEMENTAR A ESTRATÉGIA DE MARKETING DIGITAL (UC00277 do Catálogo Nacional de Qualificações)

OBJETIVOS – PROGRAMA – CERTIFICAÇÃO

OBJETIVOS/REALIZAÇÕES

- Colaborar na análise do contexto de partida.
- Colaborar no desenvolvimento do plano de marketing digital.
- Colaborar na implementação de estratégias de marketing digital.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO/CONHECIMENTOS

- Marketing digital vs marketing tradicional.
- Marketing digital e e-commerce.
- Planeamento estratégico e escolha dos meios de comunicação digital - sites, redes sociais, email marketing, sms marketing, blogs, podcasts, vídeos, aplicações móveis, chats, plataformas de streaming, fóruns e comunidades online.
- Diferenças entre persona e público-alvo.
- Conceito de persona - importância e dimensões (informações demográficas, comportamentos, hábitos, motivações, necessidades).
- Ferramentas para criação de personas.
- Jornada do cliente - aprendizagem e descoberta, reconhecimento do problema, consideração da solução, decisão de compra.
- A jornada do cliente ao longo do funil de vendas.
- Pontos de contacto entre o cliente e a marca – definição e importância.
- Técnicas e instrumentos de planeamento de marketing.
- Marketing de conteúdos – definição e importância.
- Objetivos do marketing de conteúdos - gerar tráfego, gerar leads, aumentar a notoriedade da marca, baixar custos de aquisição de clientes.
- Estratégia de conteúdos - blogs, redes sociais, email marketing, e-books, vídeos.
- Marketing de influência – definição e objetivos.
- Estratégias de marketing de influência – o papel dos influencers.
- Search Engine Marketing (SEM) – definição e importância.
- Otimização para motores de busca (SEO) - definição, objetivos e planeamento.
- On-page SEO e off-page SEO.
- Landing pages – definição e objetivos de conversão.
- Marketing nas redes sociais.
- Automação em marketing – importância e funcionamento.
- E-mail marketing - definição e objetivos.
- Afetação de recursos ao plano de marketing digital - financeiros, pessoal e tempo.
- Normas de segurança e saúde no trabalho.
- Normas da qualidade.

DURAÇÃO E PONTOS DE CRÉDITO

Duração em horas: 50 Horas

Pontos de crédito: 4,5

AVALIAÇÃO/ CERTIFICAÇÃO

A UC é validada quando o/a formando/a demonstre ter cumprido os requisitos de aproveitamento e assiduidade definidos para a UC.



CONCEBER E IMPLEMENTAR A ESTRATÉGIA DE MARKETING DIGITAL (UC00277 do Catálogo Nacional de Qualificações)

A validação da UC depende da demonstração da aquisição das competências definidas, bem como da assiduidade efetiva não ser inferior a 90% da duração total de UC.

No final do curso será emitido Certificado de Qualificações, em formato digital.

DESTINATÁRIOS

Adultos ativos, empregados ou desempregados, que, no âmbito da sua formação profissional contínua, pretendam aperfeiçoar ou atualizar os conhecimentos e competências nas respetivas áreas de atuação.

