



disruptive
digital
education

**data marketing
management**
remote learning | workshop

Remote

data marketing management

Este curso intensivo foi concebido por profissionais da área com uma vasta experiência nacional e internacional.

O QUE É?

A componente de Data Marketing Management é cada vez mais valorizada no mercado de trabalho. A capacidade de integrar dados de aquisição de tráfego e o comportamento dos utilizadores em websites e apps é essencial para as empresas que queiram atingir melhores resultados.

Os profissionais de marketing de dados serão responsáveis por ligar várias plataformas, otimizar a experiência de cliente, a aquisição de tráfego e orientar as empresas para novos mercados.

duração total 60h

60h Curso

investimento 340€ x 2 (sem juros)
(pronto pagamento: 5% de desconto)

ADMISSÃO

Idade Mínima 18 anos

-

Formação nas áreas de Marketing & Comunicação ou experiência profissional comprovada.
Conhecimentos intermédios de Excel.
Noções básicas de Google Web Analytics.

-

Marcação de uma SOPP gratuita com um dos nossos Student Admissions Manager.

OBJETIVOS

No final deste curso o aluno será capaz de proceder à extração e análise de dados na área do digital, enfatizando a necessidade de alinhamento entre os projetos analíticos e o processo decisório da organização.

As decisões, estratégias e ações serão realizadas com base nas informações sobre o cliente. O Data Marketing Management viabilizará ações mais assertivas e mensuráveis.

PERFIL

Este curso destina-se a profissionais que pretendam adquirir conhecimentos para implementar e operacionalizar estratégias de marketing digital assentes em dados, assim como desenvolver competências de otimização de plataformas e investimentos.

Este curso intensivo é direcionado para profissionais de marketing digital, empreendedores, gestores de produto, gestores de projeto, analistas e consultores.

REMOTE LEARNING

A formação em formato remote learning decorre num ambiente de sala de aula virtual e é estruturada por sessões em direto transmitidas a partir de estúdios em Lisboa, Porto, Madrid e São Paulo devidamente equipados tecnicamente com tecnologia broadcast ao nível de áudio, luz e imagem multicâmara.

O acesso às aulas, conteúdos e documentação de apoio é garantido através de uma plataforma de Learning Management System, aliada a uma plataforma de vídeo e áudio conferência online com interação bidirecional entre os tutores e formandos.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

1. Foundations.

- › Intro
- › Web Analytics Framework
- › Objetivos
- › Glossários
- › Funis de Conversão

2. Analytics Nível 1.

- › Primeiros indicadores da nossa audiência e do seu comportamento
- › Origem dos dados (Traffic Sources)
- › Setup, criação de conta, IE da plataforma, reports
- › Integração com Adwords
- › Como medir campanhas externas (tracking parameters)
- › Elaboração de reports personalizados
- › Listas de remarketing (públicos-alvo)

3. SEO.

- › O que é o SEO. O mercado Internet em Portugal e do Search.
- › Como funciona a lógica de pesquisa dos consumidores
- › Como funciona um motor de pesquisa e quais os aspetos técnicos mais relevantes para a indexação
- › Momento ZMOT
- › Como criar e estruturar uma Jornada do Consumidor

- › Como perceber o que os consumidores pesquisam e como selecionar os melhores termos de pesquisa
- › Otimizar páginas e modos de SEO
- › Ligação do Search Console ao Google Web Analytics
- › Como monitorizar os “rankings” dos websites: ferramentas.

4. Performance Marketing.

- › O que é, como funciona e principais diferenças em relação às campanhas de brand-awareness
- › CPM, CPC, CPL, CPA
- › Pagamento por lead ou ação
- › A importância de pensar, desenhar e quantificar as taxas de cliques e conversão; avaliar onde os consumidores abandonam o funil e porquê
- › Como tentar recuperar os consumidores através de remarketing
- › A importância da eficiência da criatividade e o controlo da mesma
- › Fontes de tráfego: search, orgânico, pago. e-mail marketing, display, etc.

5. Analytics Nível 2.

- › Advanced Segments
- › User affinity segments - segmentos de audiências
- › Experimentation - A/B testing (setup e boas práticas)
- › Event tracking - Como criar eventos com o Google Tag Manager
- › Goals - Setup; Tipos de conversões: diretas ou assistidas; “Path to conversion”
- › Modelos de atribuição: Quais são e como os analisar consoante o meio correto

6. Reporting & Dashboards.

- › Custom Reports - Criação de relatórios personalizados
- › Dashboards
- › Produção

7. Certification.

- › Preparação para o exame
- › Google Analytics Individual Qualification

8. Projeto.

- › Projeto Data Marketing Management.

EQUIPAMENTO

Um computador com ligação a internet (preferencialmente através de cabo de rede);
Webcam e microfone;
Documentação em formato digital.

DOCUMENTAÇÃO DE APOIO

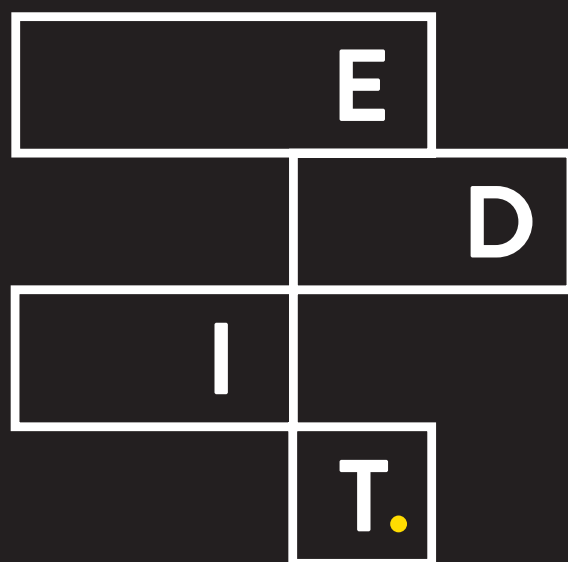
A inscrição no curso Data Marketing Management inclui acesso a uma plataforma de learning management system na qual serão disponibilizadas as publicações e a documentação de suporte nas aulas, incluindo um conjunto de recursos bibliográficos.

CERTIFICAÇÃO

A certificação é entregue aos alunos em formato digital e inclui: carga horária, modular e total, do curso temáticas, notas finais de cada módulo e média final do curso, certificação DGERT, carimbo e assinatura (da coordenação pedagógica do programa ou administração da escola).

RECRUTAMENTO

Todos os nossos alunos beneficiam de uma colaboração exclusiva entre a Tronik- Digital Recruitment Agency e a EDIT..
O objetivo desta parceria é o enquadramento e inclusão dos alunos da EDIT. no mercado de trabalho.



www.edit.com.pt

EDIT.
Lisboa

Alameda D. Afonso
Henriques, 7A
1900-178 Lisboa
(+ 351) 210 182 455
geral@edit.com.pt

EDIT.
Porto

Rua Alferes Malheiro, 226
4000-057 Porto
(+ 351) 224 960 345
geral@edit.com.pt

EDIT.
Madrid

Calle Gran Vía 4,
28013 Madrid
(+ 34) 910 563 227
info@edit.com.es

Horário de funcionamento
segunda a sexta 10h-23h