

**disruptive**  
digital  
education

# google ads & meta ads: gestão de campanhas

programa | remote learning

# google ads & meta ads: gestão de campanhas

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

## O QUE É?

Este curso abrange as estratégias essenciais para a gestão de campanhas publicitárias, com um foco prático em Google Ads e Meta Ads. Vais aprender técnicas fundamentais de planeamento, gestão, otimização de campanhas e avaliação de resultados nas plataformas de paid media. Os participantes estarão capacitados para desenvolver um racional estratégico para a sua estratégia de mídia, analisar e reportar resultados através das plataformas de paid media e do Google Analytics.

**duração total** 60h

**40h** Curso Hands-on  
Projecto Curso

### investimento

723,90€ a pronto pagamento  
381€ x 2 (sem juros)

**nota** Lotação limitada

### ADMISSÃO

Idade Mínima 18 anos

Marcação de uma sessão de orientação pedagógica e profissional gratuita com um student Admissions Manager.

## OBJETIVOS

Os principais objetivos deste curso prendem-se com a compreensão do racional estratégico das campanhas de mídia no digital e ganhar a capacidade de utilizar a plataforma Google Ads e Facebook Ads para criar campanhas orientadas aos objetivos de negócio.

## PERFIL

Idade mínima de 18 anos. Interesse em adquirir conhecimentos para obter retorno através de publicidade no Google Ads e Facebook Ads

## REMOTE LEARNING

Esta formação irá manter e garantir a qualidade dos cursos presenciais, uma vez que as aulas em formato remote learning decorrem num ambiente de sala de aula virtual, com formação live, permitindo assim que todos os participantes se conheçam e interajam entre si, adquiram conhecimento independentemente da sua localização e beneficiem de feedback em tempo real.

A formação será estruturada por sessões em direto transmitidas a partir de estúdios em Lisboa e no Porto, devidamente equipados tecnicamente com tecnologia broadcast ao nível de áudio, luz e imagem multicâmara. O acesso às aulas, conteúdos e documentação de apoio será feito através de uma plataforma, aliada a um sistema de vídeo e áudio conferência online com interação bidirecional entre os tutores e formandos.

## CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

### 1. Google Ads: Search Engine Advertising

- › Introdução ao Google Ads
- › Criação de uma conta Google Ads
- › O que é o Search Engine Marketing
- › A importância da pesquisa e o seu enquadramento na jornada do consumidor
- › Configuração e estruturação de campanhas de Google Search Ads
- › Utilizar o planeador de palavras-chave
- › Como funciona o leilão do Google Ads
- › Índice de Qualidade
- › Estruturação de uma campanha de pesquisa
- › Boas práticas para criação de anúncios

### 3. Google Ads: Display Advertising

- › O que é o Display Advertising
- › Principais formatos e meios
- › Planeamento, criação e manutenção de campanhas display
- › Otimização e avaliação de campanhas display
- › Boas práticas de estrutura de ad groups
- › Opções de segmentação
- › Criação de anúncios
- › Remarketing em Google Ads
- › Campanhas Smart, Demand Gen e Performance Max

### 2. Google Shopping

- › Introdução ao Google Shopping
- › Merchant Center
- › Feed de dados
- › Guidelines de otimização

### 4. Google Ads: YouTube

- › Introdução aos formatos de anúncios em YouTube
- › Modelo de compra em YouTube
- › Alcance do YouTube em Portugal
- › Planeamento de uma campanha para YouTube
- › Principais métricas para análise e otimização

## 5. Meta Ads

- › Introdução Meta Ads
- › Estrutura de campanhas em Facebook Business Manager
- › Implementação do Facebook Pixel e definição de conversões
- › Tipos de segmentação e audiências
- › Remarketing
- › Locais de publicação e posicionamentos
- › Formatos de anúncios
- › Objetivos de campanha
- › Estrutura e criação de uma campanha
- › Testes A/B para anúncios.
- › Dicas de otimização e boas práticas
- › Reporting

## 7. Google Analytics

- › Introdução ao Google Analytics
- › Overview do Google Analytics
- › Fontes de tráfego
- › Principais métricas
- › Configuração de conversões
- › Avaliação de resultados
- › Criação de reports

## 6. Estratégia & Criação de Conteúdos

- › Inspiração e boas práticas
- › Adaptação ao objetivo
- › Técnicas de comunicação e persuasão adaptada ao público-alvo
- › Adaptação da mensagem à jornada do cliente
- › A importância da imagem
- › Elementos essenciais de um anúncio eficaz
- › Casos de sucesso

## 8. Projeto

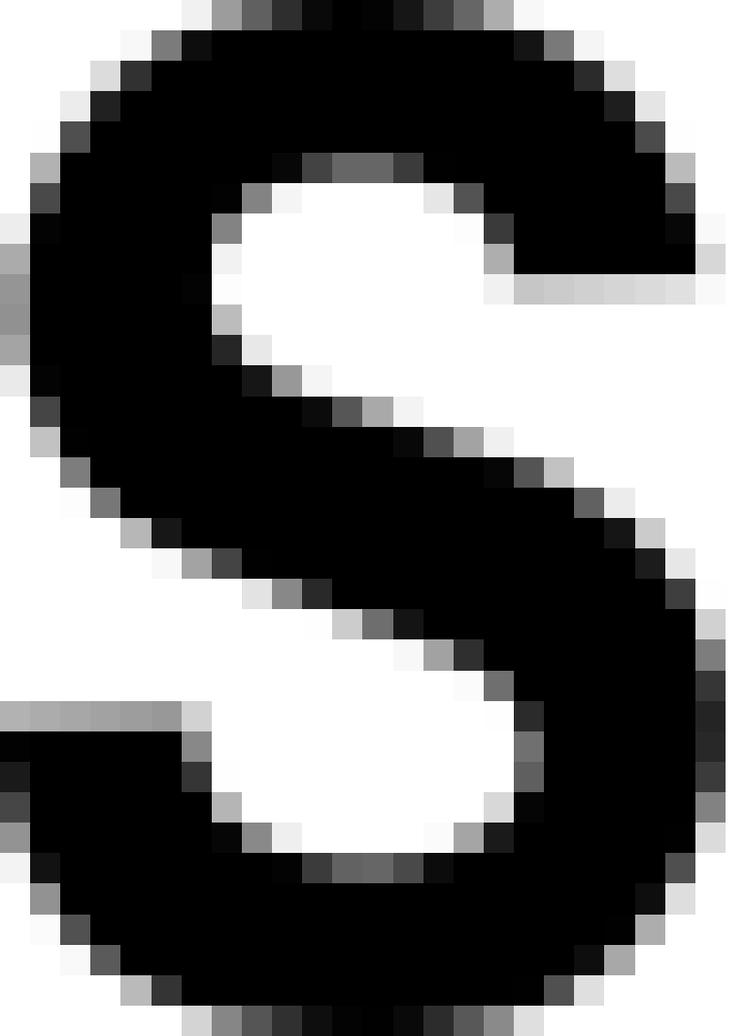
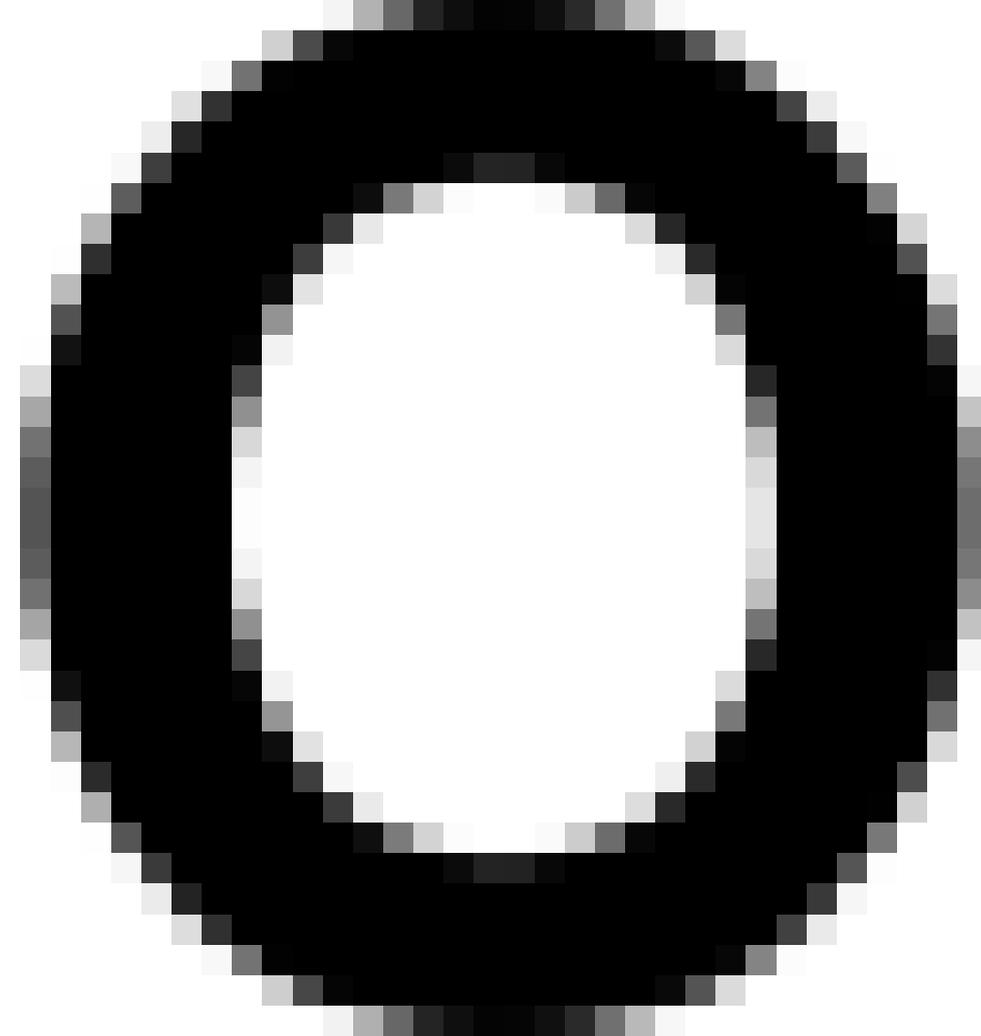
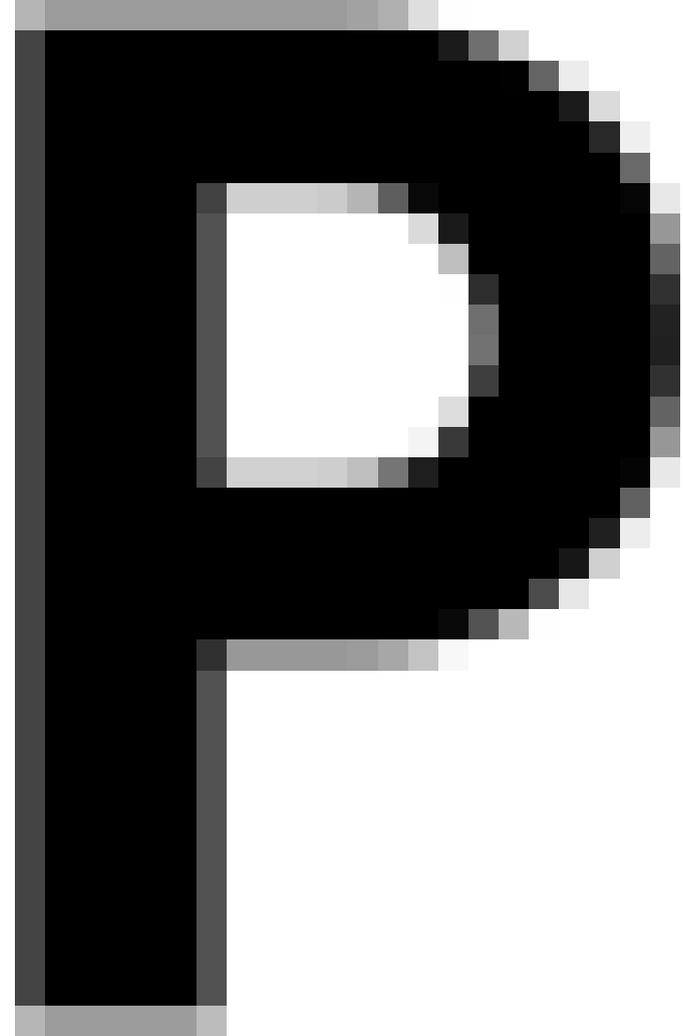
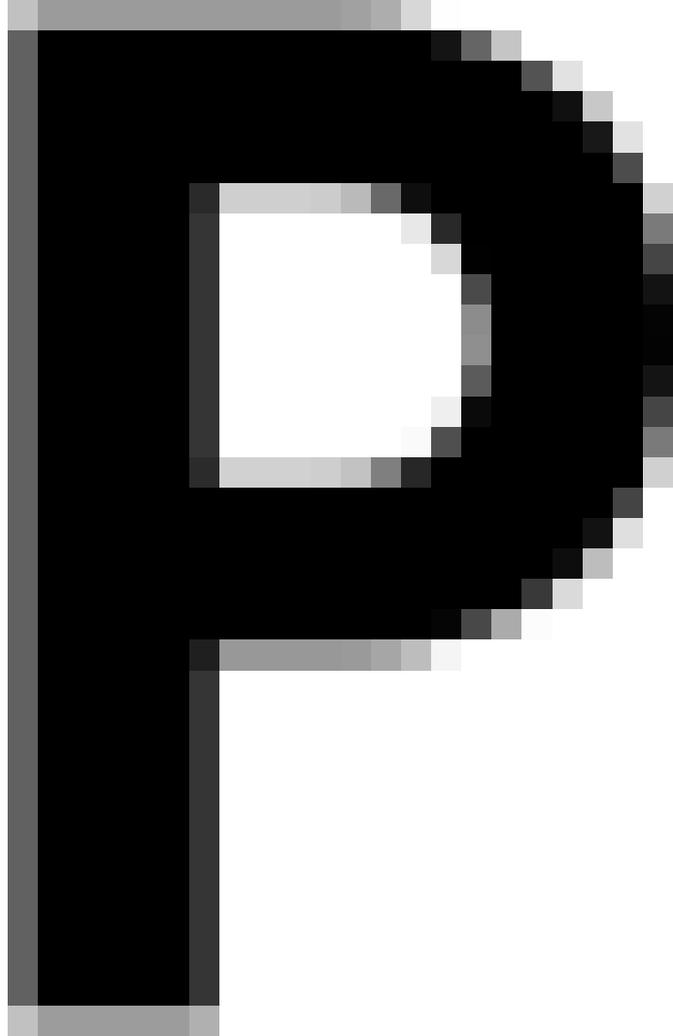
- › Google Ads
- › Meta Ads – Anúncios em Facebook e Instagram
- › Google Analytics

 EDIT.

[google ads & meta ads: gestão de campanhas](#)

programa do curso

**BELOW IS THE MAIN EVENT**

A large, pixelated black letter 'Q' with a white center. The letter has a slightly irregular, hand-drawn appearance with some gray shading at the edges.A large, pixelated black letter 'O' with a white center. The letter is circular and has a slightly irregular, hand-drawn appearance with some gray shading at the edges.A large, pixelated black letter 'P' with a white center. The letter has a slightly irregular, hand-drawn appearance with some gray shading at the edges.A large, pixelated black letter 'P' with a white center. The letter has a slightly irregular, hand-drawn appearance with some gray shading at the edges.



**disruptive**  
digital  
education

[weareedit.io](http://weareedit.io)

**EDIT.**  
**Lisboa**

Alameda D. Afonso Henriques, 7A  
1900-178 Lisboa

(+ 351) 210 182 455  
(chamada para rede fixa nacional)  
[geral@edit.com.pt](mailto:geral@edit.com.pt)

**EDIT.**  
**Porto**

Rua Alferes Malheiro, 226  
400-057 Porto

(+ 351) 224 960 345  
(chamada para rede fixa nacional)  
[geral@edit.com.pt](mailto:geral@edit.com.pt)