

**disruptive**  
digital  
education

# digital marketing & strategy

programa | curso remote learning



# digital marketing & strategy

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

## O QUE É?

Um Digital Marketing Strategist precisa de ter uma mente analítica e pronta a reagir à observação de dados que são obtidos das mais diversas formas - Mobile Marketing, Display Advertising, Newsletters, entre outras.

Estratégia, SEO, SEM, Pay Per Lead ou Pay Per Click, conversões e social networking são algumas das temáticas que cada aluno vai entender e pôr em prática neste curso.

A verificação e comparação de dados é uma tarefa diária, constante e fundamental para colocar em prática uma estratégia com os melhores resultados.

**duração total** 216h

**148h** Curso Hands-on  
Projecto Curso

**52h** Projeto Digital 360°

**16h** Workshop

### investimento

337,50€ x 8 (sem juros)  
(pronto pagamento: 5%  
de desconto)

### ADMISSÃO

Idade Mínima de 18 anos.

Formação nas áreas de  
Design/ Comunicação/  
marketing/ Gestão ou  
Experiência Profissional  
comprovada.

Marcação de uma SOPP  
gratuita com um student  
Admissions Manager.

## **SOBRE O CURSO**

O Curso Digital Marketing & Strategy dá-te competências nas mais diversas disciplinas do Digital, permitindo um trabalho futuro em diferentes departamentos de marketing ou em agência. Desde o primeiro momento, os alunos são expostos a exemplos reais e trabalham desafios específicos de marcas que todos conhecemos.

Um Digital Marketing Strategist precisa de ter uma mente criativa e analítica, pronta a reagir à observação de dados que são obtidos das mais diversas formas - Social Media, Influence Marketing, SEM, Display Advertising, Email Marketing, entre outras.

## **OBJETIVOS**

Os principais objetivos deste curso prendem-se com a compreensão do processo estratégico de marketing, assim como com a aquisição de competências técnicas e analíticas para a implementação de uma campanha de marketing.

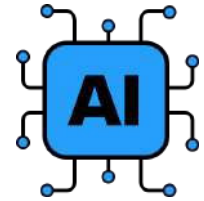
## **PERFIL**

O curso de Digital Marketing & Strategy é destinado a profissionais de Comunicação, Marketing e Gestão que queiram aprofundar os seus conhecimentos de estratégia de marketing.

## **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 dos nossos Estúdios, 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.



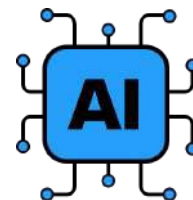
## CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

### 1. Estratégia Digital.

- › Introdução ao Marketing Digital
- › Introdução ao pensamento estratégico e ao papel do estratega de marketing digital
- › Compreender o mundo digital: o consumidor e os seus hábitos, factos e números
- › Tendências e evolução do comportamento do consumidor
- › Framework de desenvolvimento de uma estratégia de marketing digital: definição de objetivos e problem statement, análise da concorrência e mercado, entendimento do consumidor, estratégia, criatividade, seleção e táticas, audiências, propostas de valor e otimização de campanhas
- › Aplicação de diferentes técnicas ao longo do processo de desenvolvimento estratégico: Análise Swot e Tows Matrix, Empathy Map, Personas, Extreme Users, Consumer Journeys
- › Introdução ao GenAI e sua utilização no marketing digital
- › Utilização de AI ao longo do processo de desenvolvimento de estratégia digital
- › Conceitos chave relevantes: Consumer Insight, Conceito Criativo, POEM - Paid, Owned, Earned media e Branding, Engagement & Performance
- › Storytelling e a sua aplicação ao marketing digital
- › Content Marketing e aplicação ao marketing digital
- › Preparação para o módulo Projecto 360°

### 2. Content Marketing & Web Copywriting.

- › A importância do conteúdo e storytelling na estratégia de marca e negócio
- › Os canais e suas diferenças
- › Formatos nos vários canais
- › Técnicas de copywriting em cada canal
- › Criar e gerir um plano de conteúdo multi-canal: o website
- › O social media (facebook, instagram, youtube)
- › Utilização de plataformas de AI para produção e otimização de conteúdo



### 3 SEM, SEO e Google Search ADS.

- › Search Engine Marketing e identificação dos tipos de resultados na pesquisa orgânica e paga
- › Funcionamento do motor de busca Google, rastreamento, indexação e classificação
- › A importância das palavras-chave e a lógica da pesquisa utilizando ferramentas profissionais de SEO, SERanking, Ubersuggest e outras
- › As intenções de busca e tipos de palavras-chave
- › Criar metodologias de SEO e tipos de projetos em SEO
- › A importância da arquitetura web e de conteúdos
- › Estratégia de conteúdos orientadas para SEO
- › As diversas ferramentas de IA e como podem ajudar numa estratégia de SEO
- › Os indicadores de experiência de páginas (Core Web Vitals)
- › Os algoritmos Google, como analisar e resolver problemas
- › A importância da ferramenta Google Search Console, interpretar os dados e analisar problemas
- › Introdução ao Link Building e a sua importância no SEO
- › Relatórios de SEO

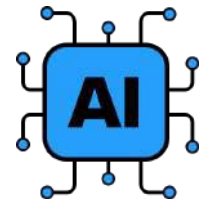
### 4. Display Advertising.

#### INTRODUÇÃO AO DISPLAY ADVERTISING

- › Definição e enquadramento histórico
- › Formatos e Device: banners, rich media, vídeo e interativos
- › Intervenientes em Display Advertising

#### CONCEITOS FUNDAMENTAIS DE PROGRAMMATIC ADVERTISING

- › Ecosistema – Media vendors e modelos de compra
- › Estratégias de targeting baseadas em localização, intenção de compra e relevância contextual
- › Connected TV Advertising and Digital Out-of-Home em Portugal
- › Introdução ao papel da AI no programático: otimização de bids e segmentação
- › Enquadramento de Mobile e Vídeo no Display Advertising
- › Planeamento, Criação e Manutenção de Campanhas de Display Advertising
- › Briefing: objetivos de uma campanha de Display Advertising e estratégias eficazes para diferentes fases da jornada do consumidor
- › Otimização e avaliação de campanhas de Display Advertising



## 5. Email Marketing.

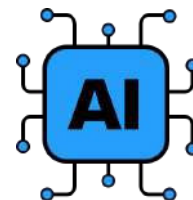
- › Email Marketing: uma ferramenta de relacionamento
- › Conceito e particularidades do Email Marketing
- › Bons e maus exemplos
- › Como a Inteligência Artificial pode contribuir na criação de conteúdo para Email
- › Automação de email e nutrição de leads
- › Gestão da base de dados, segmentação, GDPR / RGPD
- › Como construir um email marketing / newsletter e melhores práticas
- › A importância do Mobile
- › Métricas
- › Exercícios com ferramenta de e-mail marketing

## 6. Social Media.

- › Introdução às Redes Sociais
- › As Redes Sociais no Negócio
- › Impacto de AI em Social Media
- › Identificação e classificação das principais redes sociais
- › Definir Plano/Estratégia de Ação
- › Como criar e gerir as redes sociais
- › Definição dos objetivos, Benchmark, Guidelines
- › Como monitorizar as redes sociais
- › Importância do Conteúdo/Copy
- › Social Media Advertising
- › Implementação/Introdução Métricas

## 7. Influencer Marketing.

- › Definição e conceitos básicos de influencer marketing
- › Ecossistema
- › Tipos de influenciadores e seu público-alvo
- › Exemplos de campanhas e case studies
- › Ferramentas de pesquisa e análise de influenciadores
- › Critérios para seleção de influenciadores
- › Relação entre marcas e influenciadores
- › Desenvolvimento de campanhas de influencer marketing
- › Definição de objetivos e estratégias de campanhas
- › Audiência, conteúdo e marca.
- › Criação de briefings para influenciadores
- › Criação de uma campanha de influence marketing
- › Processo de trabalho eficaz
- › Medição e análise de resultados de campanhas
- › Aspectos legais e éticos a considerar em influencer marketing
- › Tendências e inovação em influencer marketing



## 8. Métricas e Analytics.

- › Introdução ao Google Analytics e outras ferramentas de Web Analytics
- › Dashboards: público-alvo, aquisição, comportamento e conversões
- › Perspetivas de métricas: kpis técnicos, quantitativos e qualitativos
- › Account e Tracking code: o que é e onde encontrar, como criar e instalar
- › Google Search Console: ligação via analytics e a sua importância (dados adicionais para SEO)
- › Adwords – ligação via analytics e a sua importância
- › Remarketing – o que é, como criar, quais as suas vantagens e listas de remarketing
- › Diferença entre conta, propriedade e perfil de analytics, e entre dimensões e métricas
- › Como medir de acordo com diferentes perfis e tipos de campanhas
- › Funis de conversão
- › Perceber para onde fogem as visitas, porquê e como evitar
- › Segmentos Avançados
- › Testes A/B

## 9 CRM & E-Commerce Foundations.

- › E-commerce foundations
- › Principais conceitos de e-commerce
- › Plataformas de e-commerce: gestão de stocks, métricas de medição de resultados, logística de e-commerce, otimização de experiência
- › Estrutura organizativa e funcionamento de e-Commerce (big&small)
- › Conteúdo: content marketing e product content (PDP)
- › Inteligência artificial e outras tendências

## PROJETO DIGITAL 360°

O contato dos nossos alunos com empresas & marcas é essencial no método de ensino da EDIT.. No âmbito do projeto final de cada programa – Digital Campaign 360° - os alunos desenvolvem campanhas digitais integradas para marcas de referência, validando assim o processo de aprendizagem enquanto desenvolvem um projeto para a indústria digital.

Ao nível da metodologia de trabalho, após o briefing apresentado pela marca, os alunos são organizados em equipas multidisciplinares. Com a supervisão dos tutores da EDIT. e de profissionais das agências parceiras, desenvolvem o projeto direcionado para os objetivos apresentados.

O processo de aprendizagem culmina com a apresentação de um pitch aos responsáveis de comunicação das marcas convidadas, com todas as componentes estratégicas, criativas e de desenvolvimento.

## 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).

## WORKSHOP EDIT.

No final do curso, os alunos da EDIT. têm acesso a um workshop gratuito, à escolha do aluno.

## DOCUMENTAÇÃO DE APOIO

A inscrição no curso de Digital Marketing & Strategy inclui acesso a publicações e a documentação de suporte nas aulas, incluindo um conjunto de recursos bibliográficos e formações on-line de suporte às atividades de ensino, investigação e aprendizagem.

## RECRUTAMENTO

EDIT. tem como missão principal a aceleração das carreiras profissionais e empregabilidade dos alunos. Não só desenvolvemos formações práticas que permitem aos alunos aprender com profissionais reconhecidos no mercado, como também damos acesso a uma rede de parceiros de recrutamento.

## SOPP

Para se inscreverem no curso de Digital Marketing & Strategy, os alunos necessitam de agendar uma SOPP (Sessão de Orientação Pedagógica & Profissional) gratuita, com um dos Student Admissions Managers da EDIT..

Esta SOPP tem como objetivo dar a conhecer, em pormenor, a metodologia da escola, as instalações, enquadrar o perfil do candidato, analisar as expectativas em relação ao curso e esclarecer eventuais dúvidas sobre o mesmo.

## EQUIPAMENTO

Um computador com ligação a internet;  
Webcam e microfone;  
Documentação em formato digital.



**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  
4000-057 Porto

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