



**disruptive**  
digital  
education

# **workshop** **paid media performance:** **domina os canais além** **de google e meta**

programa | workshop

# workshop paid media de performance

## **SOBRE O WORKSHOP**

Paid Media de Performance é uma vertente da publicidade digital que tem como principal objetivo gerar resultados mensuráveis, como conversões, leads ou vendas, com base em investimento direto em media paga.

Este workshop intensivo é totalmente dedicado a canais de paid media fora do ecossistema Google e Meta. Os participantes irão explorar plataformas como Criteo, RTB House, DV360, Afiliados, Tiktok Ads, Reddit Ads, LinkedIn Ads e Bing/Microsoft Ads.

O curso foca-se em mostrar como configurar campanhas nestas plataformas, quais os modelos de compra disponíveis, como integrar estes canais numa estratégia multicanal e como medir e otimizar resultados de forma eficaz.

A componente prática é central, permitindo aplicar os conceitos em simulações e exercícios orientados.

## **OBJETIVOS**

Com esta formação, os alunos serão capazes de compreender o ecossistema de paid media além de Google e Meta; avaliar e selecionar os canais de media mais adequados ao funil de marketing;

Planear, configurar e otimizar campanhas em plataformas como Criteo, RTB House, LinkedIn Ads, Tiktok, DV360, entre outras; Integrar diferentes canais em estratégias coerentes de funil completo; ler e interpretar dashboards de performance, métricas-chave (ROAS, CPA, CTR, etc.) e relatórios; aplicar modelos de atribuição e avaliar o impacto de cada canal na conversão final

## **PÚBLICO-ALVO**

O curso é destinado a profissionais de marketing digital e performance, media buyers e planners, gestores de e-commerce analistas de dados e performance, equipas de agências ou anunciantes que queiram diversificar os canais de paid media e aprofundar conhecimento técnico e estratégico

**duração total** 16h

**investimento** 240€

**nota** Lotação limitada

## **REQUISITOS**

Idade mínima de 18 anos;

Profissionais e estudantes de marketing digital, publicidade, comunicação ou áreas relacionadas, com conhecimentos básicos de campanhas de paid media.

Experiência prévia com Google Ads ou Meta Ads é recomendada, mas não obrigatória.

## CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

### 1. Panorama Geral do Marketing de Performance

- › Conceitos base, diferenças entre performance e branding
- › Visão geral do ecossistema além de Google e Meta
- › Principais plataformas além de Google e Meta

### 2. Domínio das Estratégias de Afiliados

- › Funcionamento de redes de afiliados
- › KPIs, modelos de comissionamento (CPL, CPA)
- › Estratégias para escalar campanhas e gerir parcerias eficazmente

### 3. Estratégias avançadas de Retargeting

- › Estruturação de campanhas com Criteo e RTB House
- › Utilização de catálogos dinâmicos para personalização de anúncios
- › Estratégias de segmentação e otimização contínua dos resultados

### 4. Programmatic Media: Display e Vídeo Avançado

- › Conceitos e funcionamento do programmatic advertising
- › Plataformas-chave: DV360, Xandr, The Trade Desk
- › Estratégias com audiências, formatos (native, vídeo, display)
- › Diferenças entre private deals e open auctions

### 5. Comparadores de Preços e Marketplaces na Prática

- › Integração com plataformas como KuntoKusta e Idealo
- › Estratégias de competitividade e feed optimization
- › Avaliação de retorno com base em KPIs

## **6. Para além de Google e Meta: Canais Alternativos de Performance**

- › Casos de uso e potencial estratégico de TikTok, LinkedIn, Microsoft Ads e Reddit
- › Segmentações eficazes e boas práticas de configuração
- › Vantagens competitivas e principais desafios de cada plataforma

## **7. Estratégia Multicanal e Modelos de Atribuição**

- › Construção de jornadas de conversão completas
- › Comparação entre modelos de atribuição (last click, data-driven, linear, etc.)
- › Sinergias entre canais e análise de impacto incremental

## **8. Laboratório Prático e Otimização de Resultados**

- › Criação e configuração de campanhas em ambiente simulado
- › Análise de dashboards reais e interpretação de métricas
- › Ajustes e otimizações com base em dados de performance

## EQUIPAMENTO

Um computador; Documentação em formato digital.

## CERTIFICAÇÃO

Inclui: Carga horária total do workshop, temática, certificação DGERT, carimbado e assinado pela coordenação pedagógica em formato digital.

## Notas

- › Em caso de cancelamento do workshop por parte da EDIT., o valor pago pelo(a) participante antecipadamente será reembolsado na sua íntegra. Caso o cancelamento seja efetuado pelo(a) aluno(a) será devido uma multa (cláusula penal) de 10% (dez por cento) do valor pago. Não será restituído o valor da inscrição após a realização do workshop.
- › A EDIT., livre de quaisquer ônus para com o(a) aluno(a), poderá utilizar a sua imagem e som de voz para fins de divulgação do workshop e das suas atividades, podendo, para tanto, reproduzi-lo ou divulgá-lo nos seus canais de comunicação.
- › A EDIT. reserva-se o direito de alterar datas, horários, locais ou mesmo cancelar workshops de acordo com um número mínimo de interessados. Nesse caso, todos os inscritos serão previamente avisados, até 24 horas antes do início do workshop.
- › Ficarão ao critério da EDIT. os cancelamentos dos Workshops por outros motivos que aqui não foram informados.
- › Demais valores gastos pelo(a) aluno(a) não serão reembolsáveis, como valores gastos com alojamento, hotel, passagem de qualquer tipo e deslocações.



**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)