

CURSO DE MARKETING DIGITAL

1

Nome do curso

Curso de Marketing Digital

Designação e código UFCD

UFCD 9214 - Marketing Digital

UFCD 9215 - Marketing 3.0

UFCD 9219 - Social Media

Horário

Pós-laboral

Duração

75H

Formador/a

Cátia Franco

Local da formação

1 Sessão presencial no Porto ou Coimbra (3 horas) + Plataforma Online

Modalidade de formação

Contínua

Forma de organização

B-learning

2

Objetivos pedagógicos

No final da formação, os/as participantes deverão ser capazes de:

Avaliar os impactos e os efeitos do advento da nova economia, as transações comerciais a partir de ambientes virtuais - B2C, B2B, B2A.

Identificar as ferramentas do e-marketing e do e-commerce.

Aplicar as ferramentas de gestão da informação e da comunicação, criando uma relação de interatividade, centrada nas necessidades dos consumidores.

Explicar este novo paradigma de marketing, onde o produto e um consumidor têm um novo papel.

Identificar o papel do e-consumidor como fonte de informação e de comunicação das marcas.

Aplicar estratégias de marketing que visam a criação de comunidades virtuais.

Identificar as diferentes redes sociais existentes.

Aplicar os social media como instrumentos de marketing relacional com o cliente.

Gerir as redes sociais numa campanha de comunicação e de marketing das empresas.

Conteúdos programáticos

UFCD 9214 - Marketing Digital (25h)

- Internet e os canais de distribuição
- Business to business – B2B
- Business to consumer - B2C
- One to one - O2O
- Business to administration – B2A
- Portais/ sites/motores de busca/ centro comerciais virtuais/ lojas virtuais
- O papel do website no marketing digital
- Desenvolvimento e manutenção de páginas web
- Arquitetura de informação
- Usabilidade

CURSO DE MARKETING DIGITAL

- Planeamento de um Web Site
- E-commerce
- Tecnologias de informação e a relação com o cliente
- A tecnologia ao serviço do marketing e da comunicação
- O novo consumidor digital
- Mensagens e formatos de comunicação digital com o cliente
- E-consumidor
- Características
- Tendências de consumo
- Hábitos de consumo nas plataformas digitais
- Processos de decisão de compra
- Satisfação dos e-consumidores
- E-marketing
- Conceito e evolução
- Fundamentos do e-marketing
- Vantagens da internet para os consumidores
- Internet e o desenvolvimento de novas aplicações do marketing
- Customer relationship management (CRM)
- E-commerce
- Conceito
- Motivações para a adesão ao e-commerce
- Fatores de sucesso

UFCD 9215 - Marketing 3.0 (25h)

- Tendências do marketing
- Marketing 1.0 - marketing centrado no produto
- Marketing 2.0 - marketing orientado para o consumidor
- Marketing 3.0 - marketing movido por valores
- Marketing 3.0 - o novo paradigma
- Marketing de missão o marketing dos valores
- Era da globalização no marketing
- Era do consumidor criativo
- Relação de valor com os colaboradores e parceiros
- Novo papel do consumidor na estratégia de marketing das empresas
- Consumidor informado
- Consumidor participativo
- Comunidades virtuais
- Novo veículo de comunicação
- Influências na decisão de compra

UFCD 9219 - Social Media (25h)

- Introdução ao social media
 - História e evolução de social media
 - O Novo paradigma da comunicação
 - Mobile social media
 - Plataformas e redes sociais
-

CURSO DE MARKETING DIGITAL

- Plano estratégico
 - O futuro móvel e social
 - Conteúdo para redes sociais
 - Interação com os utilizadores
 - Diferentes formatos de conteúdos
 - Conteúdo visual
 - Vídeo marketing
 - Novas funções
 - Social media manager
 - Social media strategist
 - Community manager
 - Content strategist
 - Monitorização e gestão da reputação online
 - Social media ROI
 - Social CRM
 - Gestão das redes sociais
 - Gestão das redes sociais para a construção de uma relação de fidelização com o cliente
 - Monitorização e gestão da reputação online
-

Público-alvo/destinatários

Ativos empregados por conta de outrem, com escolaridade mínima obrigatória do 9.º ano, residentes na Zona Norte e Centro. Não são elegíveis trabalhadores com vínculo de emprego público.

Desempregados e empregados por conta própria não são elegíveis para o projeto.

Metodologias de formação

Modelo COM-TEC baseado em Objetos de Aprendizagem com Vídeo Aulas e Atividades.

Avaliação das aprendizagens

Testes sumativos na plataforma.

Recursos pedagógicos

Plataforma da Mentores e Tutores (Moodle); Zoom; Vídeos; Manuais de Formação, Estudos de caso, entre outros.
