

### Marketing Digital

#### **Objetivos Gerais:**

Este curso é dirigido a todos os profissionais que pretendam adquirir conhecimentos para utilizar de forma eficaz as redes sociais, assim como de desenvolver estratégias e campanhas de marketing focadas nas redes sociais.

#### **Objetivos Específicos:**

No final deste Curso os participantes saberão:

- Utilizar várias plataformas de Marketing Digital para otimizar a comunicação com (potenciais) Clientes
- Utilizar ferramentas digitais integradas com a Marketing offline para a divulgação de produtos, serviços ou marcas
- Analisar a eficácia, medição do retorno das campanhas implementadas e ajuste da estratégia implementada

#### **Destinatários:**

Este curso é dirigido a todos os profissionais ativos, empregados e desempregados que, no âmbito da sua formação contínua, pretendam aperfeiçoar/atualizar os conhecimentos nas respetivas áreas de formação e é válido para efeito do cumprimento das 40 horas anuais de formação obrigatória de acordo com o código do trabalho, mas também se destina a Gestores, Quadros Médios, Superiores, Técnicos e outros profissionais com interesse em obter/consolidar conhecimentos na área.

**Carga Horária:** 18 Horas

#### **Conteúdo Programático:**

##### **Módulo I – Internet e os Canais de Distribuição**

- Business to Business – B2B;
- Business to Consumer - B2C;
- One to One - O2O;

- Business to Administration - B2A.

### **Módulo II – 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;
- Planeamento de um Web Site;
- e-Commerce;
- Conceito;
- Motivações para a adesão ao e-Commerce;
- Fatores de sucesso.

### **Módulo III – 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.

### **Módulo IV – e-Consumer**

- Características;
- Tendências de consumo;
- Hábitos de consumo nas plataformas digitais;
- Processos de decisão de compra;
- Satisfação dos e-Consumers.

### **Módulo V – e-Marketing**

- Conceito e evolução;
- Fundamentos do e-Marketing;
- Vantagens da internet para os consumidores;

- Internet e o desenvolvimento de novas aplicações do marketing.

### **Módulo VI – e-Commerce**

- Conceito;
- Motivações para a adesão ao e-Commerce;
- Fatores de sucesso.