

## FICHA DE CURSO

<b>CURSO:</b>	<b>Marketing Digital</b>
<b>ÁREA DE FORMAÇÃO:</b>	Transversal
<b>PROGRAMA DE CAPACITAÇÃO:</b>	Programa de Capacitação em Comunicação e Marketing Percurso Formativo II – Marketing em Serviços Públicos
<b>DURAÇÃO:</b>	14 Horas
<b>HORÁRIO:</b>	Manhã: 09h30 - 13h00 / Tarde: 14h00 - 17h30
<b>DESTINATÁRIOS:</b>	Dirigentes em cargos de direção superior Dirigentes em cargos de direção intermédia Trabalhadores da carreira geral de técnico superior Trabalhadores da carreiras especiais
<b>MODALIDADE:</b>	Presencial
<b>TEMAS:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Estratégia integrada de marketing digital.</li> <li>- Gestão de conteúdos.</li> <li>- Otimização de páginas na Internet para motores de pesquisa.</li> <li>- Google Web Analytics.</li> </ul>
<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS:</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Preparar e qualificar para o planeamento, gestão e implementação de uma estratégia integrada de Marketing Digital de forma eficiente e eficaz, através de diversos instrumentos para o cumprimento dos objetivos dos serviços.</li> <li>2. Desenvolver competências práticas em gestão de conteúdos e otimizar sites para motores de pesquisa.</li> <li>3. Criar novas competências em Google Web Analytics, definir e medir KPIs com práticos.</li> </ol>
<b>PROGRAMA DO CURSO:</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Conceitos Gerais:             <ol style="list-style-type: none"> <li>1.2. Enquadramento teórico de Marketing digital;</li> <li>1.3. Content Marketing;</li> <li>1.4 Native Marketing;</li> <li>1.5. Advertising.</li> </ol> </li> <li>2. Gestão:             <ol style="list-style-type: none"> <li>2.1. Verticais e site;</li> <li>2.2. Redes sociais e objetivos de marketing: Facebook e Instagram,</li> <li>2.3. Gestão de comunidades;</li> <li>2.4. Paid media, gestão e objectivo de campanhas Google Ads e Facebook Ads;</li> </ol> </li> </ol>

2.5. Dados, Audiências e medição de resultados.

3. Otimização:

3.1. SEO – Search Engine Optimization e o funcionamento de um motor de pesquisa;

3.2. SEM - Search Engine Marketing, Técnicas e cuidados a ter perante as regras de indexação nos motores de busca;

3.3. Gerir, organizar e implementar com sucesso o SEO.

4. Casos práticos:

4.1. Serviços públicos;

4.2. Empresas privadas.

**FORMADOR(A):**

A designar.