



PORTUGUESE TOOLING & PLASTICS NETWORK



FORMAÇÃO EXECUTIVA

CURSO DE FERRAMENTAS PRÁTICAS DE MARKETING DIGITAL

Responsável de Organização:
Dr. Rui Tocha
rui.tocha@toolingportugal.com

Coordenação:
Prof. Filipe Carrera
filipe.carrera@universidadeeuropeia.pt

Índice

1. *Objetivo*
2. *Destinatários*
3. *Metodologia*
4. *Módulos*
5. *Calendário*
6. *Perfil dos Docentes*
7. *Condições de Participação*

01

Objetivo

**CURSO DE
FERRAMENTAS
PRÁTICAS DE
MARKETING DIGITAL**

engineering & tooling ®
FROM PORTUGAL

poolnet
PORTUGUESE TOOLING & PLASTICS NETWORK

ipam Marketing
Leads
Business

Objetivo Geral do Curso

O objectivo do Curso de Marketing Digital para o Cluster Engineering & Tooling (Indústrias de Moldes e Plásticos) é o de capacitar profissionais com responsabilidades na área do marketing do Cluster, para integração imediata de ações de marketing digital nas estratégias de marketing das suas empresas.

02

Destinatários

**CURSO DE
FERRAMENTAS
PRÁTICAS DE
MARKETING DIGITAL**

engineering & tooling ®
FROM PORTUGAL

poolnet
PORTUGUESE TOOLING & PLASTICS NETWORK

ipam Marketing
Leads
Business

Destinatários

- Gestores.
- Técnicos Comerciais.
- Responsáveis de marketing.

Dimensão do Grupo

- Mínimo de 12 participantes.

03

Metodologia

**CURSO DE
FERRAMENTAS
PRÁTICAS DE
MARKETING DIGITAL**

engineering & tooling ®
FROM PORTUGAL

poolnet
PORTUGUESE TOOLING & PLASTICS NETWORK

ipam Marketing
Leads
Business

Metodologia

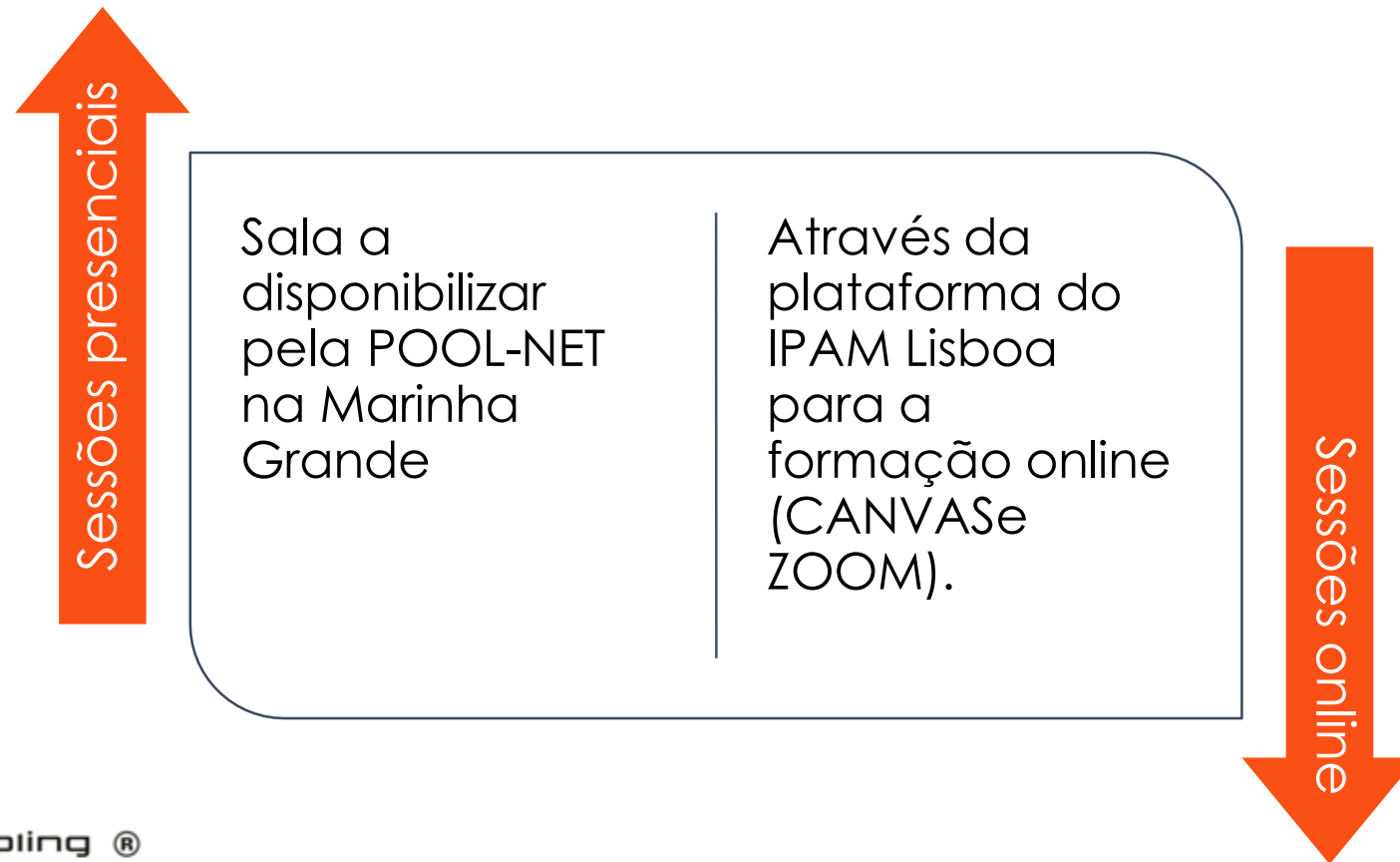
- Esta é uma formação-ação, em que é promovida a **aplicação imediata dos conceitos** partilhados durante o curso à realidade de cada uma das empresas participantes.

No final do curso, cada participante terá um Plano de Marketing Digital com ações específicas a realizar na empresa que representa.

Metodologia

- Cada módulo inicia-se com uma sessão presencial (à exceção do Plano de Marketing Digital);
- Após cada sessão presencial há duas semanas de formação online síncrona e assíncrona dedicadas à:
 - Realização de exercícios de aplicação;
 - Resposta a questões dos participantes;
 - Feedback dos exercícios realizados;
 - Disponibilização de conteúdos adicionais.

Metodologia



04

Módulos

CURSO DE FERRAMENTAS PRÁTICAS DE MARKETING DIGITAL

engineering & tooling ®
FROM PORTUGAL

poolnet
PORTUGUESE TOOLING & PLASTICS NETWORK

ipam Marketing
Leads
Business

Módulos



- I. Tendências de Marketing Digital: 1 sessão presencial e aulas assíncronas
- II. Social Media B2B: 2 sessões síncronas, presencial (1) e online (1), e aulas assíncronas
- III. E-Mail Marketing: 2 sessões síncronas, presencial (1) e online (1), e aulas assíncronas)
- IV. Content Marketing: 4 sessões síncronas, presencial (2) e online (2), e aulas assíncronas
- V. Vídeo Marketing - 2 sessões síncronas, presencial (1) e online (1), e aulas assíncronas)
- VI. Plano de Marketing Digital: 4 sessões síncronas, presencial (2) e online (4), e aulas assíncronas

De seguida é apresentada, para cada um dos módulos, uma proposta resumida de conteúdos para ser adaptada em função das necessidades dos participantes:



Módulos

O presente curso de Marketing Digital, atribui um certificado de reconhecimento formativo (em ECTS) aos alunos participantes, de acordo com a seguinte tabela:

Módulos	Total Horas	ECTS
Tendências Marketing Digital	9	1,5
Social Media B2B	9	1,5
Email Marketing	9	1,5
Content Marketing	18	3
Video Marketing	9	1,5
Plano de Marketing Digital	26	5
Total Horas Formação	80	14

Módulos

I. Tendências de Marketing Digital –Filipe Carrera

- Impacto dos meios digitais no Marketing Mix
 - ✓ Fundamentos do ecossistema digital
 - ✓ As oportunidades dos meios digitais
- O Social Marketing
 - ✓ Comunicação
 - ✓ Segmentação
 - ✓ As novas tribos de consumidores

Módulos



II. Social Media B2B – Rafael Gaspar

- Introdução a "Social Media"
 - ✓ Tipos de Media
 - ✓ História e evolução de Social Media
 - ✓ Estatísticas e Relatórios sobre Social Media
- Redes Sociais
 - ✓ Plataformas Sociais: Análise global e Nacional
 - ✓ Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, Youtube, Whatsapp
- Estratégias de "Social Media"
 - ✓ O modelo POE (Paid Owned Earned)
 - ✓ Como desenhar uma campanha de Social Media: Metodologia P.O.E.T.A. (Pessoas, Objetivos, Estratégia, Tecnologia, Amplificação)
 - ✓ Marketing de Influenciadores - Social Media Influencers Marketing
 - ✓ 6 princípios de influência (Robert Cialdini)
 - ✓ Ferramentas de Social Media - Análise, Monitorização, Gestão e Produção de Conteúdos
- Introdução a medição de performance
 - ✓ Conceitos de Métricas, KPI's e ROI (Retorno do Investimento)

Módulos

III. e-Mail Marketing - André Novais de Paula

- Email Marketing
 - ✓ Boas Práticas
 - ✓ criação de listas e de campanhas
 - ✓ Copywriting
 - ✓ Emails Responsive e Mobile
 - ✓ Plataformas
 - ✓ Marketing Automation
 - ✓ Testes e Otimização
 - ✓ Métricas
- Landing Pages
 - ✓ Boas Práticas
 - ✓ Landing Pages Responsive e Mobile
 - ✓ Testes e Otimização
 - ✓ Métricas

Módulos

IV. Content Marketing –Frederico Carvalho

- Search Engine Marketing: Introdução e Conceitos
- Motores de busca
 - ✓ Análise de "Search Share" - no mundo e em Portugal
 - ✓ Pesquisa Keywords
- Search Engine Optimization
 - Introdução e Práticas
 - ✓ Mitos em SEO
 - ✓ Otimização On-Page e Off-Page
 - ✓ Mobile First Indexing - otimização para dispositivos móveis
 - ✓ Google Search Console
 - ✓ Auditoria SEO - técnicas e ferramentas
- Google Ads
 - ✓ Exploração Google Ads
 - ✓ Google Ads Editor e Google Manager Account
 - ✓ Configurar Conta Google Ads
 - ✓ Criar Campanhas Search, Grupos de Anúncios, Keywords e Anúncios
 - ✓ Segmentação Geográfica

Módulos

IV. Content Marketing –Frederico Carvalho(cont.)

- A Escrita para Web
 - ✓ Enquadramento
 - ✓ Vantagens, Desvantagens e Particularidades
 - ✓ Hipertexto e Narrativas não lineares
 - ✓ O valor do conteúdo vs o valor do formato
- Relevância digital: como atrair o consumidor?
 - ✓ A procura da relevância para o consumidor
 - ✓ Comunicação integrada: suportes e plataformas que se complementam
 - ✓ Comunicação integrada e interligação de suportes
 - ✓ Do offline para o online. Adaptação vs Restruturação
 - ✓ Ferramentas essenciais: Analytics e SEO
- User Generated Content e Marketing Viral
 - ✓ O consumidor como força de criação
 - ✓ Feedback e o novo Prosumer
 - ✓ Buzz Marketing e 'Virais'
 - ✓ Novas abordagens

Módulos

V. Vídeo Marketing - Miguel Crespo

- O meio Web e o domínio do mobile
 - ✓ O que é?
 - ✓ O que o distingue dos outros?
 - ✓ Conteúdos digitais interativos
 - Estratificação de conteúdos
 - Tipologias de conteúdos
 - Seleção dos media adequados a cada situação
 - Ferramentas essenciais
- O conteúdo vídeo é rei
 - ✓ Estratégia e planeamento (clássico e mobile)
 - ✓ Visual storytelling
 - ✓ Construção do guião
 - ✓ Storyboard
 - ✓ Formatos de vídeo
 - ✓ Criação de vídeo mobile
 - ✓ Soluções de produção de vídeo

Módulos

V. Vídeo Marketing - Miguel Crespo (cont.)

- Comunicar para a câmara
 - ✓ Enquadramento e planos (clássico e mobile)
 - ✓ Utilizar o guião ou teleprompter
 - ✓ Expressividade e linguagem corporal
- Plataformas e formas de distribuição: o triunfo do mobile
 - ✓ Formas de consumo
 - ✓ Plataformas de consumo
 - ✓ Planeamento de conteúdos multiplataforma
 - ✓ Publicação e disseminação de vídeo nas redes sociais

Módulos

VI. Plano de Marketing Digital - Nuno Rodrigues

- Impacto do Digital no Marketing
 - ✓ A alteração do contexto competitivo
 - ✓ Alterações no marketing-mix
 - ✓ A Realidade Mobile First
 - ✓ Integração Omnichannel
- O Plano de Marketing
 - ✓ Definição
 - ✓ Função
 - ✓ Estratégia de Marketing Digital
 - ✓ Plano de Ações
- Componentes principais
 - ✓ Análise, Objetivos e Segmentação
 - ✓ Comportamento do Consumidor e Customer Journey
 - ✓ Posicionamento
 - ✓ Meios
 - ✓ Marketing Mix
 - ✓ Plano de Ações

05

Calendário

CURSO DE FERRAMENTAS PRÁTICAS DE MARKETING DIGITAL

engineering & tooling ®
FROM PORTUGAL

poolnet
PORTUGUESE TOOLING & PLASTICS NETWORK

ipam Marketing
Leads
Business

Calendário

- Duração total 15 semanas;
- Nº de Horas: 80 horas, divididas em 24 hs presenciais, 18 hs síncronas (on-line) e 38 hs assíncronas;
- Formato presencial e online;
- Sessões presenciais às sextas-feiras das 15:00 às 18:00;
- Entre cada sessão presencial terá lugar a componente online (síncrona e assíncrona) do curso;
- O curso deverá iniciar-se em 1 de Março de 2024 e finalizar em 14 de Junho de 2024.

Calendário

CRONOGRAMA					
CURSO DE FERRAMENTAS PRÁTICAS DE MARKETING DIGITAL - POOL-NET					
Horario Presencial: Sextas-Feiras 15:00-18:00 Horário online: Terça-Feiras 20:00-22:00					
Módulo	Aulas		Aulas Assíncronas		Docente
	Presenciais	Online	Início	Fim	
Tendências Marketing Digital	sex 01/03/2024		sex 01/03/2024	seg 11/03/2024	Filipe Carrera
Plano de Marketing Digital		ter 12/03/2024	ter 12/03/2024	qui 14/03/2024	Nuno Rodrigues
Social Media B2B	sex 15/03/2024	ter 19/03/2024	sex 15/03/2024	qui 21/03/2024	Nelson Pimenta
Email Marketing	sex 22/03/2024	ter 26/03/2024	sex 22/03/2024	seg 01/04/2024	André Novais de Paula
Plano de Marketing Digital		ter 02/04/2024	ter 02/04/2024	qui 11/04/2024	Nuno Rodrigues
Content Marketing	sex 12/04/2024	ter 16/04/2024	sex 12/04/2024		Frederico Carvalho
Content Marketing	sex 19/04/2024	ter 23/04/2024		qui 02/05/2024	Frederico Carvalho
Video Marketing	sex 03/05/2024	ter 07/05/2024	sex 03/05/2024	qui 16/05/2024	Miguel Crespo
Plano de Marketing Digital	sex 17/05/2024	ter 28/05/2024	sex 17/05/2024		Nuno Rodrigues
Plano de Marketing Digital	sex 31/05/2024	ter 11/06/2024		sex 14/06/2024	Nuno Rodrigues

06

Perfil dos Docentes

**CURSO DE
FERRAMENTAS
PRÁTICAS DE
MARKETING DIGITAL**

Perfil dos Docentes

- Profissionais reconhecidos nas áreas que irão ministrar.
- Docentes da Pós-Graduação em Marketing Digital do IPAM e do Programa Avançado em e-Commerce.

Perfil dos Docentes



Tendências de Marketing Digital – Filipe Carrera

Licenciado em Economia pelo ISEG-Instituto Superior de Economia e Gestão de Lisboa, tem MBA pela Universidade Politécnica de Madrid, tem Pós-Graduação em e-Business pela Universidad Politécnica de Madrid, tem Pós-Graduação em Gestão da Formação em e-Learning pela Universidad Complutense de Madrid e tem Pós-Graduação em Gestão de Marketing pela Universidad Politécnica de Madrid. Formado em Digital Transformation: Platform Strategies for Success pelo MIT.

Professor dos Mestrados e Pós-Graduações do ISEG – Universidade Técnica de Lisboa. Orador em eventos em mais de 50 países na Europa, América, Ásia e África. Consultor e formador com vasta experiência.

Autor dos livros “Marketing Digital na versão 2.0 – O que não pode ignorar”, “Networking – Guia de Sobrevivência Profissional” e “Comunicar 2.0 – A Arte de Bem Comunicar no Século XXI”. Detentor dos seguintes prémios e certificações: International Training Fellow (ITF 103) pela JCI University, Most Outstanding Trainer in the World pelo Congresso Mundial da JCI 2008 (Nova Deli, Índia), Most Outstanding Trainer in Europe pela Conferência Europeia da JCI 2008 (Turku, Finlândia) e Prémio HR Leadership atribuído pela Asian Pacific Congress 2008 (Bombaim, Índia). Docente/formador do IPAM.

Perfil dos Docentes



Social Media B2B – Rafael Gaspar

Licenciado em Gestão de Empresas pela Coimbra Business School, Mestre em Gestão de Marketing e Pós-Graduado em Marketing Digital pelo IPAM.

A sua jornada profissional iniciou numa empresa de desenvolvimento web especializada em e-commerce, como Marketing & e-Commerce Specialist. Posteriormente, assumiu o cargo de Marketing Performance Manager no Braver Media Group, uma agência de marketing e comunicação. Integrou a equipa de Marketing do RFM Sommi como Digital Marketing Strategy e a sua trajetória inclui ainda a posição de Digital Marketing Manager no Grupo Lusiaves. Atualmente, ocupa a função de Marketing Analyst Europe no Grupo FCamara, um ecossistema líder em tecnologia e inovação.

Professor na pós-graduação de Marketing Digital e e-Commerce no ISVOUGA. Formador, consultor e palestrante em várias formações e eventos de Marketing & Transformação Digital.

Perfil dos Docentes



Content Marketing – Frederico Carvalho

Consultor, docente e autor na área do marketing digital, com mais de 17 anos de experiência, Frederico Carvalho é fundador e CEO da DIGITAL FC, empresa que presta serviços de auditoria e consultoria digital para diversos tipos de organizações, e fundador da SMSonline.pt, empresa especializada em SMS Marketing.

Através da DIGITAL FC, realizou já mais de 700 relatórios de análise aos serviços digitais de entidades como Ministério da Justiça, Sotheby's Portugal, Sonae MC, Ascenza ou Litocar.

É coautor do best seller Marketing Digital para Empresas, lançado pela primeira vez em 2018, e autor do prefácio do livro Marketing de A a Z, de Vasco Marques. É também fundador da CLICKSUMMIT - Conferência de Marketing e Vendas online que, entre 2014 e 2018, contou com 2 edições online e 3 edições presenciais, em Lisboa. É Business Partner da conferência de transformação digital Digitalks Portugal, fundada em 2019.

No passado, trabalhou ainda como Managing Director da Research & Design, agência do grupo Actual Sales; Creative & Social Media Director da agência Elogia Portugal; e responsável de Marketing Online & Social Media do Rock In Rio Lisboa e Madrid.

Perfil dos Docentes



Content Marketing – Frederico Carvalho (cont.)

Em 2018, coordenou a Pós-Graduação em Gestão de Negócios Online, no Instituto Politécnico de Leiria. Frequentemente, é docente convidado do IPAM, da Universidade Autónoma de Lisboa e de centros de formação como a FLAG, a CEGOC ou a World Academy, lecionando várias disciplinas de marketing digital.

Publica regularmente conteúdo no seu blog (em www.fredericocarvalho.pt) sobre economia digital, tecnologia e marketing, e integra o podcast semanal Marketing por Idiotas, dedicado aos temas de marketing e tecnologia que marcam a atualidade.

Frequentou a Licenciatura em Relações Públicas e Comunicação Empresarial, na Escola Superior de Comunicação Social do Instituto Politécnico de Lisboa e, posteriormente, uma Pós-Graduação em Marketing Management, no ISEG - Instituto Superior de Economia e Gestão da Universidade de Lisboa.

Perfil dos Docentes



Video Marketing – Miguel Crespo

Jornalista e especialista em comunicação digital. É investigador no CIES-IUL e no OberCom, diretor executivo do Mestrado em Gestão de Novos Media no ISCTE-IUL, membro da direção da emma - European Media Management Association, e assessor da direção e vogal do conselho técnico-pedagógico no Cenjor.

É docente no mestrado em Comunicação, Cultura e Novas Tecnologias da Informação; Estudos de Internet; e nas pós-graduações em Jornalismo ISCTE-IUL/ Media Capital, e em Assessoria de Comunicação e Política, no ISCTE-IUL; na pós-graduação em Marketing Digital do IPAM/UE, no curso Higher National Diploma em Jornalismo e Comunicação, na ETIC, e é formador do Cenjor (desde 2001).

É doutorando em Ciências da Comunicação e mestre em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação pelo ISCTE-IUL. É jornalista desde 1989, tendo sido publisher, diretor editorial, diretor e editor de dezenas de publicações. Obteve uma dezena de galardões nacionais e internacionais na área web e multimédia com projetos informativos, educativos e de edutainment.

Perfil dos Docentes



e-Mail Marketing - André Novais de Paula

Formado em Marketing e Publicidade pelo IADE com a especialização em Marketing, é o responsável de Estratégia Criativa na Directimedia, uma Agência de Marketing Relacional e Digital. Tem desenvolvido a sua atividade dentro do Marketing Relacional e Digital com ênfase em campanhas integradas de Cross-Media. Desde sempre se sentiu fascinado pela internet e pelos meios digitais como veículo de comunicação, razão pela qual decidiu desenvolver a sua carreira nesta área. No plano associativo ocupa o cargo de Diretor na APCE - Associação Portuguesa de Comunicação de Empresa.

Atualmente é formador do Atelier Digital da Google, é responsável pelo módulo de Display Advertising & e-Mail Marketing na Pós-Graduação em Marketing Digital no IPAM, pela unidade curricular de Marketing Digital I e II do MBA para Executivos e Mestrado de Marketing da Escola de Estudos Avançados da Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra, pelo módulo de Suporte ao Cliente e Fundamentos de Redes Sociais na Pós-Graduação de Gestão de Negócios Online do Politécnico de Leiria. É também orador habitual em Conferências nacionais e colabora com diversas entidades de formação sobre a temática de Marketing Relacional e Digital.

Perfil dos Docentes



Plano de Marketing Digital – Nuno Rodrigues

É doutorando em Comunicação Social, pela Universidade Complutense de Madrid, possui uma Licenciatura em Comunicação e Comportamento do Consumidor pela Escola Superior de Comunicação Social, Bacharelato em Publicidade e Marketing, entre outros Cursos de Especialização.

Foi Responsável de Marketing de uma software house tendo liderado o processo de internacionalização para o mercado holandês.

É formador desde 2005 em marketing digital, em diversos centros de formação; é orador/palestrante na área do marketing digital sobretudo relacionado com digital marketing plan.

Atualmente é Consultor na Dual Up, consultora na área de Marketing Digital, Incentivos e Desenvolvimento de Negócio. Recentemente fundou a iup, uma consultora de Marketing Digital.

poolnet

PORTUGUESE TOOLING & PLASTICS NETWORK

Obrigado

POOL-NET – Portuguese Tooling & Plastics Network

Edifício OPEN, Zona Industrial do Casal da Lebre, Rua de Espanha, Lote 8
2430-028 Marinha Grande, Portugal

T +351 244 570 420

Toolingportugal.com



ipam Marketing
Leads
Business