



**Técnico de Marketing e
Comunicação Digital**

Técnico de Marketing e Comunicação Digital

CURSO

Técnico de Marketing e Comunicação Digital

ÁREA

342 - Marketing e Publicidade

DURAÇÃO

400 Horas

DESTINATÁRIOS

O curso de Marketing e Comunicação Digital dirige-se a todos os interessados em adquirir, melhorar ou atualizar os seus conhecimentos e competências técnicas no âmbito do desenvolvimento, gestão e acompanhamento de estratégias e campanhas de marketing com recurso a meios digitais.

REQUISITOS DE ACESSO

- ▶ Idade igual ou superior a 18 anos.
- ▶ 9º ano escolaridade ou equivalente;
- ▶ Conhecimento informático / utilizador;

DOCUMENTOS NECESSÁRIOS

- ▶ Documento de identificação pessoal (BI ou CC);
- ▶ Número de Contribuinte (NIF);
- ▶ Certificado de Habilitações

OBJETIVO GERAL

Dotar os formandos de conhecimentos e competências técnicas que os tornem capazes de utilizar os meios digitais disponíveis, para o desenvolvimento de estratégias e campanhas de marketing.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ▶ Adquirir as principais noções de marketing.
- ▶ Compreender o conceito de marketing digital.
- ▶ Conhecer os diversos meios de publicidade disponíveis na Internet.
- ▶ Saber definir, coordenar, implementar e acompanhar estratégias de marketing.
- ▶ Saber como fazer promoção de empresas/organizações ou projeção de marcas, contemplando a utilização de meios digitais.
- ▶ Conhecer as estratégias de gestão de campanhas, websites, plataformas ou conteúdos numa perspetiva de captação de clientes ou promoção de marcas.
- ▶ Aprender a gerir comunidades online em redes sociais como o Facebook, Google+, Twitter, Youtube, Instagram, entre outras.
- ▶ Conhecer o papel dos digital influencers no mundo digital.
- ▶ Identificar as formas de angariar e gerir contas de afiliados.
- ▶ Aprender a efetuar análises, relacionadas com pesquisas de utilizadores, e detetar tendências de utilização.
- ▶ Conhecer as principais funcionalidades do Google Adwords.
- ▶ Saber identificar as necessidades de captação de clientes, mercado e tendências de pesquisa.
- ▶ Desenvolver estratégias de SEO (Search Engine Optimization) e SEM (Search Engine Marketing).

- ▶ Compreender as regras básicas de navegabilidade e usabilidade.
- ▶ Saber como escrever para a Internet.
- ▶ Conhecer as bases do marketing mobile e do e-mail marketing.
- ▶ Identificar a importância da otimização de um website para mobile.
- ▶ Reconhecer a importância da reputação online de uma marca.

SAÍDAS PROFISSIONAIS

- ▶ Criativo/a em agências de publicidade
- ▶ Assessor de comunicação
- ▶ Assistente em departamentos de marketing
- ▶ Marketing digital, social media e gabinetes de assessoria de imprensa

Conteúdos da Formação

Módulo 1 - Introdução ao Marketing	20h
Módulo 2 - Gestão Empresarial	15h
Módulo 3 - Promoção de empresas/organizações ou projeção de marcas, contemplando a utilização de meios digitais.	15h
Módulo 4 - Gestão de comunidades online em redes sociais como o Facebook, Google+, Twitter, Youtube, Instagram, entre outras.	20h
Módulo 5 - O papel dos digital influencers no mundo digital.	10h
Módulo 6 - As principais funcionalidades do Google Adwords.	10h
Módulo 7 - Estratégias de SEO (Search Engine Optimization) e SEM (Search Engine Marketing).	10h
Módulo 8 - As bases do marketing mobile e do e-mail marketing.	10h
Módulo 9 - Como escrever para a Internet.	10h
Formação modular	120h
Formação em contexto de trabalho	280h
Total	400h

METODOLOGIA DA AVALIAÇÃO

A nossa metodologia tem por base o êxito do/a Formando/a, sendo ele o centro de todo o processo formativo. Caracteriza-se por ser um curso com teor profissionalizante onde desenvolvemos competências direcionadas para as reais necessidades do mercado de trabalho.

Quer na componente presencial, quer online, o acompanhamento dos nossos Formadores especializados é constante através de uma tutoria ativa e com intervenção permanente, que o acompanharão ao longo de todo o processo formativo.

Terá acesso, à nossa comunidade de aprendizagem virtual – iLEARNING - na qual disponibilizamos todos os recursos para um percurso de aprendizagem simples, flexível e dinâmico. Semanalmente, o/a Formando/a tem sessões em direto com a nossa equipa de e-Formadores especializados, garantindo assim uma maior proximidade e acompanhamento do processo formativo para que todos tenham êxito nesta etapa.

A avaliação dos módulos terá por base o desempenho dos/as Formandos/as, em vários momentos distintos da formação. Será feita utilizando escalas quantitativas, tendo em conta os parâmetros previamente definidos.

Avaliação Diagnóstica

Este sistema integrará uma avaliação inicial diagnóstica, com vista a avaliar as competências iniciais de cada Formando/a relativas a cada unidade de formação.

Avaliação Formativa

Durante a formação, os/as Formandos/as são submetidos a um regime de avaliação contínua, ou seja, os Formadores terão também em linha de conta a participação na plataforma de e-learning, o interesse demonstrado e a realização das tarefas propostas.

Avaliação Sumativa

A avaliação no final da formação deverá traduzir o desempenho dos/as Formandos/as ao nível da aquisição de conhecimentos e participação ativa, através da realização de trabalhos práticos, provas e/ou testes, estudos de caso, lições, Fóruns com atividades, desafios lançados pelo Formador, partilha de experiências, entre outras atividades.

Avaliação da Formação Prática em Contexto Real de Trabalho (opcional)

O estágio a desenvolver em empresa visa a interligação dos diferentes módulos numa lógica de integração dos saberes teórico-práticos, através do desenvolvimento de atividades direcionadas para o perfil de saída, e culminará num relatório que traduz o trabalho desenvolvido na empresa e servirá de base para avaliação.



CONTE CONNOSCO EM QUALQUER LUGAR!



ecif.pt



LINHA GRATUITA LIGUE JÁ!

800 210 043

ecif@comunilog.com