

**disruptive**  
digital  
education

# data-driven marketing & analytics

curso  
intensivo

# data-driven marketing & analytics

Este curso intensivo foi concebido por profissionais da área com uma vasta experiência nacional e internacional.

## O QUE É?

A componente de Data-Driven Marketing Analytics é cada vez mais valorizada no mercado de trabalho. A capacidade de integrar dados de aquisição de tráfego e o comportamento dos utilizadores em websites e apps é essencial para as empresas que queiram atingir melhores resultados.

Serão responsáveis por ligar várias plataformas, otimizar a experiência de cliente, a aquisição de tráfego e orientar as empresas para novos mercados.

**duração total** 116h

**100h** Curso Intensivo prático

**16h** Workshop

**investimento** 255€x4 (sem juros)  
(pronto pagamento: 5% de desconto)

## ADMISSÃO

Idade Mínima 18 anos

-

Formação nas áreas de Marketing & Comunicação ou Experiência profissional comprovada.

Conhecimentos intermédios de Excel.

Noções básicas de Google Web Analytics.

-

Marcação de uma SOPP gratuita com um dos nossos Student Admissions Manager

## OBJETIVOS

No final deste curso o aluno será capaz de proceder à extração e análise de dados na área do digital, enfatizando a necessidade de alinhamento entre os projetos analíticos e o processo decisório da organização.

As decisões, estratégias e ações serão realizadas com base nas informações sobre o cliente, o Data-Driven Marketing Analytics viabilizará ações mais assertivas e mensuráveis.

## PERFIL

Este curso destina-se a profissionais que pretendam adquirir conhecimentos para implementar e a operacionalizar ferramentas de Data-Driven Analytics na empresa onde trabalham, assim como aqueles que pretendam desenvolver competências para o seu próprio negócio, otimizar plataformas e investimentos.

O Curso é direcionado para profissionais de marketing digital, empreendedores, gestores de produto, gestores de projeto, analistas e consultores.

## CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

### 1. Foundations

- › Intro
- › Web Analytics Framework
- › Objetivos
- › Glossários
- › Funis de conversão

### 2. Analytics Nível 1

- › Primeiros indicadores da nossa Audiência e do seu comportamento
- › Origem dos dados (Traffic Sources)
- › Setup, criação de conta, IE da plataforma, reports
- › Integração com AdWords
- › Como medir campanhas externas (tracking parameters)
- › Elaboração de reports personalizados
- › Listas de Remarketing (públicos-alvo)

### **3. SEO**

- › O que é o SEO; o mercado Internet em Portugal e do Search
- › Como funciona a lógica de pesquisa dos consumidores
- › Como funciona um motor de pesquisa e quais os aspectos técnicos mais relevantes para a indexação
- › Momento ZMOT; Como criar e estruturar uma Jornada do Consumidor
- › Como perceber o que os consumidores pesquisam e como seleccionar os melhores termos de pesquisa
- › Otimizar páginas e modos SEO.
- › Ligação do Search Console ao Google Web Analytics
- › Como monitorizar os “rankings” dos websites: ferramentas.

### **4. Performance Marketing**

- › O que é, como funciona e principais diferenças em relação às campanhas de brand awareness
- › CPM, CPC, CPL, CPA
- › Pagamento por lead ou acção
- › A importância de pensar, desenhar e quantificar as taxas de cliques e conversão; avaliar onde os consumidores abandonam o funil e porquê.

- › Como tentar recuperar os consumidores através do Remarketing
- › A importância da eficiência da criatividade e o controlo da mesma;
- › Fontes de tráfego: Search, orgânico, pago, e-mail marketing, display, etc.

### **5. Exercício intermédio**

- › Criação de website em Wordpress, com instalação de: Wordpress; GWA; GTM; GSC; Plugins necessários
- › Construção de um projecto/plano de trabalho para um website, definição de KPIs associados ao mesmo

### **6. Analytics Nível 2**

- › Advanced Segments
- › User affinity segments - Segmentos de audiências
- › Experimentation - A/B testing (setup e boas práticas)
- › Event tracking - Como criar eventos com o Google Tag Manager
- › Goals - Setup; Tipos de conversões: diretas ou assistidas; “Path to conversion”;
- › Modelos de atribuição: Quais são e como os analisar consoante o meio correto.

## **7. Reporting & Dashboards**

- › Custom Reports - Criação de relatórios personalizados
- › Dashboards
- › Produção

## **8. Certification**

- › Preparação para o exame
- › Google Analytics Individual Qualification

## **9. Projeto.**

- › Projeto Data-Driven Marketing

## **DOCUMENTAÇÃO DE APOIO ÀS AULAS**

A inscrição no curso Data-Driven Marketing & Analytics inclui acesso a publicações e a documentação de suporte nas aulas, incluindo um conjunto de recursos bibliográficos e formações on-line de suporte às atividades de ensino, investigação e aprendizagem.

## **WORKSHOP EDIT.**

No final do curso, os alunos da EDIT. têm acesso a um workshop gratuito, este workshop é escolhido pelo aluno (exceto The Agency Workshop Series).

## **SOPP**

SOPP Data-Driven Marketing & Analytics Account & Project Management, os alunos necessitam de agendar uma SOPP (Sessão de Orientação Pedagógica & Profissional) gratuita, com um dos nossos Student Admissions Manager.

## **CERTIFICAÇÃO**

A certificação é entregue aos alunos em formato digital e inclui: carga horária (modular e total), nota final do curso, certificação DGERT, carimbo

## **RECRUTAMENTO**

Todos os nossos alunos beneficiam de uma colaboração exclusiva entre a Tronik- Digital Recruitment Agency e a EDIT..

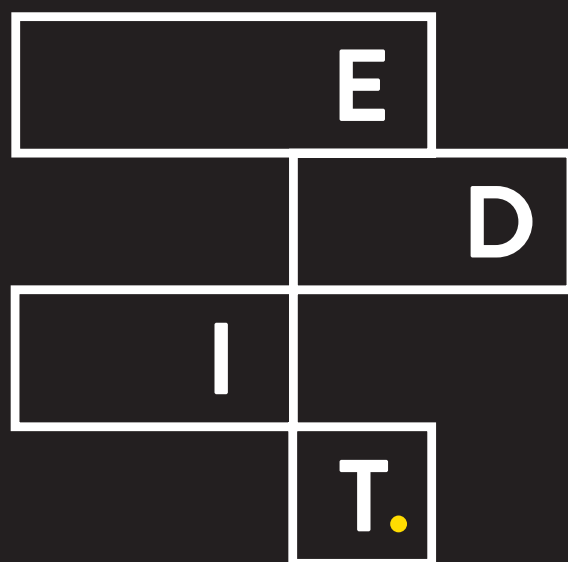
O objetivo desta parceria é o enquadramento e inclusão dos alunos da EDIT. no mercado de trabalho.

## **EQUIPAMENTO**

Chromebook (1 por aluno);  
Projeter HD;  
Documentação em formato digital.

Esta SOPP tem como objetivo dar a conhecer, em pormenor, a metodologia da escola, as instalações, enquadrar o perfil do candidato, analisar as expectativas em relação ao curso e esclarecer eventuais dúvidas sobre o mesmo.

e assinatura (da coordenação pedagógica do programa ou administração da escola).



[www.edit.com.pt](http://www.edit.com.pt)

**EDIT.**  
**Lisboa**

Alameda D. Afonso  
Henriques, 7A  
1900-178 Lisboa

(+ 351) 210 182 455  
[geral@edit.com.pt](mailto:geral@edit.com.pt)

**EDIT.**  
**Porto**

Rua Gonçalo Cristovão  
n° 347, 3° piso, sala 309/302  
4000-270 Porto

(+ 351) 224 960 345  
[geral@edit.com.pt](mailto:geral@edit.com.pt)

**EDIT.**  
**Madrid**

Calle de la Colegiata  
9,Utopics\_us  
28012 Madrid

(+ 34) 910 563 227  
[info@edit.com.es](mailto:info@edit.com.es)

**Horário de funcionamento**  
segunda a sexta 10h-23h