



disruptive
digital
education

digital media
advertising
remote learning

Remote

digital media advertising

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

O QUE É?

A evolução do digital veio criar novos desafios ao modo como as marcas comunicam com os atuais e potenciais consumidores.

A publicidade digital é a forma de promoção através de meios de canais digitais.

Hoje em dia, o uso recorrente da internet possibilita a divulgação de qualquer marca, produto e serviço, um maior alcance do público-alvo através da sua segmentação e a criação de uma relação com o(s) consumidor(es), otimizando a conversão, bem como a medição e análise dos resultados obtidos.

duração total 45h

investimento 225 x 2 (sem juros)
(pronto pagamento: 5% de desconto)

nota Lotação limitada

ADMISSÃO

Idade Mínima 18 anos

-
Licenciatura e/ou experiência comprovada em marketing / comunicação / design, com conhecimentos gerais de comunicação, relações públicas e marketing digital.

OBJETIVOS

Os objetivos deste curso são dotar os formandos de conhecimentos sobre os fundamentos do Marketing Digital, sobre os tipos de publicidade digital e como obter melhores resultados.

Este curso dará um overview do mercado publicitário digital e principais ferramentas de media para atingir os objetivos de comunicação das marcas. Desde o tradicional banner, aos anúncios nas redes sociais, o objetivo é dar a conhecer as plataformas que permitem colocar campanhas de media e otimizar a sua presença online.

REMOTE LEARNING

A formação em formato remote learning decorre num ambiente de sala de aula virtual e é estruturada por sessões em direto transmitidas a partir de estúdios em Lisboa, Porto, Madrid e São Paulo devidamente equipados tecnicamente com tecnologia broadcast ao nível de áudio, luz e imagem multicâmara.

PERFIL

Este curso é indicado para responsáveis de marketing e comunicação, empreendedores, gestores de projetos, designers, freelancers e curiosos das ferramentas de marketing digital.

O acesso às aulas, conteúdos e documentação de apoio é garantido através de uma plataforma de Learning Management System, aliada a uma plataforma de vídeo e áudio conferência online com interação bidirecional entre os tutores e formandos.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

1. Digital media strategy.

- › Evolução do Marketing Digital
- › Tendências
- › Diferenças Publicidade tradicional e publicidade digital
- › Online value proposition
- › Tipos de media existentes (owned, earned, paid)
- › Métricas a utilizar na publicidade online.
- › Importância do Mobile

2. Campanhas de search em google.

- › Evolução da publicidade no Google
- › Introdução ao Google Adwords
- › Planeamento de campanha no Keyword Planner
- › Setup de uma campanha de Search : todas as definições
- › AdExtensions e a sua importância
- › Remarketing para Pesquisa

3. Campanhas de display em google.

- › Diferenças entre Display e Search
- › Diferentes formatos: Text, Image e Responsive Ads
- › Todos os tipos de segmentação em Display
- › Setup de Pixel de Conversão
- › Remarketing Ads, Dynamic Ads e LightBox Ads
- › Linkagem com Google Analytics
- › Boas práticas para uma campanha de sucesso

4. Campanhas no Gmail.

- › Oportunidades, boas práticas e dicas de segmentação
- › Criação e gestão de campanhas de e-mail marketing na ferramenta Mailchimp (base de dados internas)
- › Comunicação de e-mail marketing através da plataforma Emailbidding (base de dados externas)

5. Google shopping.

- › Introdução ao Google Shopping
- › Google Merchant Centre
- › Google Adwords e Merchant Center para Google Shopping
- › Otimização de campanhas no Google Shopping com recurso às métricas e Keywords

6. Social Media Ads.

- › Social Vs Paid
- › Diferença entre Adwords e Facebook Ads
- › Os diferentes tipos de objetivos
- › Os diferentes tipos de campanhas
- › A vantagem de utilizar o PowerEditor
- › O que são as PMD's e porque utilizar
- › Custom Audiences & Lookalikes
- › Formato Ad no Youtube e recursos interativos
- › Lançamento e resultados da campanha em Youtube.
- › Métricas.

7. Plano de execução de meios.

- › Target
- › Seleção Canais
- › Alocação Budget
- › Plano de Meios

8. Projeto.

EQUIPAMENTO

Um computador com ligação a internet (preferencialmente através de cabo de rede);
Webcam e microphone;
Documentação em formato digital.

CERTIFICAÇÃO

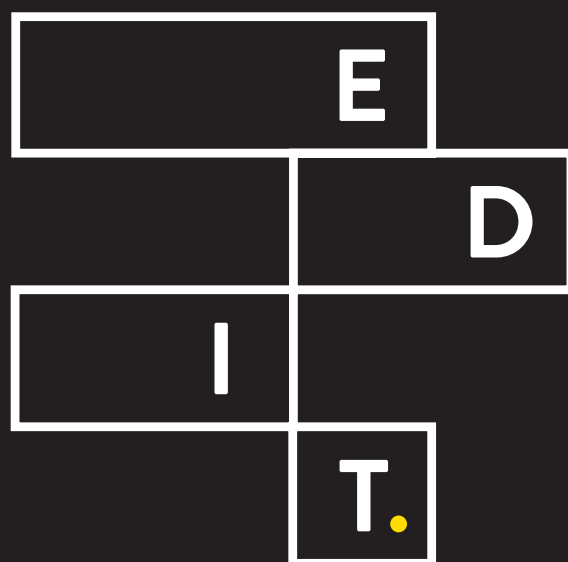
A certificação é entregue aos alunos em formato digital e inclui: carga horária, modular e total, do curso temáticas, notas finais de cada módulo e média final do curso, certificação DGERT, carimbo e assinatura (da coordenação pedagógica do programa ou administração da escola).

DOCUMENTAÇÃO DE APOIO

A inscrição no curso Digital Media Advertising inclui acesso a uma plataforma de learning management system na qual serão disponibilizadas as publicações e a documentação de suporte nas aulas, incluindo um conjunto de recursos bibliográficos.

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.



www.edit.com.pt

EDIT.
Lisboa

Alameda D. Afonso
Henriques, 7A
1900-178 Lisboa
(+ 351) 210 182 455
geral@edit.com.pt

EDIT.
Porto

Rua Alfares Malheiro, 226
4000-057 Porto
(+ 351) 224 960 345
geral@edit.com.pt

EDIT.
Madrid

Calle Gran Vía, 4
28013 Madrid
(+ 34) 910 563 227
info@edit.com.es

Horário de funcionamento
segunda a sexta 10h-23h