



## Estatística aplicada ao Marketing Analítico

Criatividade - Marketing Digital

- **Nível:**
  - **Duração:** 27h
- 

### Sobre o curso

Num mercado cada vez mais orientado por dados, a estatística é uma ferramenta essencial para tomar decisões informadas e maximizar o impacto das estratégias de marketing.

Este curso fornece uma base sólida em estatística aplicada ao marketing, permitindo-te interpretar dados com precisão, realizar análises avançadas e aplicar técnicas estatísticas para segmentação e personalização.

Aprende a extrair insights valiosos, otimizar campanhas e fundamentar decisões estratégicas com base em dados concretos, tornando as tuas ações mais eficazes e orientadas para resultados.

---

### Destinatários

O curso **Estatística aplicada ao Marketing Analítico** destina-se a todos profissionais de marketing, gestores de produtos e empreendedores que desejam explorar ferramentas estatísticas para melhorar a eficácia das suas estratégias e ações.

---

### Pré-requisitos

Para frequentares o curso **Estatística aplicada ao Marketing Analítico**, deverás ter conhecimentos básicos de marketing e familiaridade com métricas e ferramentas digitais. Noções gerais de matemática e estatística são recomendadas, mas não essenciais.

---

### Programa

- Fundamentos de Estatística Aplicada
- Segmentação e Personalização

#### Fundamentos de Estatística Aplicada

- O papel da estatística no marketing orientado por dados.
- Estatística Descritiva:

- Medidas de tendência central: média, mediana, moda.
- Medidas de dispersão: amplitude, variância, desvio padrão.
- Visualização de dados: gráficos, histogramas e boxplots.
- Estatística Inferencial:
  - Conceito de probabilidade no marketing.
  - Principais distribuições estatísticas.
  - Testes de hipóteses:
    - Amostragem e erros de amostragem;
    - Testes A/B;
    - T-Test e Chi-square;
    - Intervalos de confiança e a sua interpretação.
- Correlação e Regressão.
- Correlação e o impacto nas decisões de marketing.
- Regressão linear: construção, interpretação e utilização de modelos preditivos.

## **Segmentação e Personalização**

- Técnicas avançadas de segmentação:
- RFM (recência, Frequência, Valor Monetário).
- Clustering e introdução ao Dynamic Creative Optimization (DCO).
- Personalização com dados: emails, anúncios e landing pages.
- Exercício Prático.