



Especializado Data Driven Marketing & Strategy

Criatividade - Marketing Digital

Live Training (também disponível em presencial)

- **Localidade:**
- **Data:** 18 Nov 2025
- **Preço:** 2650 € (Os valores apresentados não incluem IVA. Oferta de IVA a particulares e estudantes.)
- **Horário:** Pós-Laboral das 3ª e 5ª, das 19h00 às 22h00
- **Nível:**
- **Duração:** 129h

Sobre o curso

No cenário atual, os dados são o motor das decisões estratégicas. O marketing já não se baseia apenas na intuição ou em abordagens tradicionais—as empresas mais bem-sucedidas utilizam dados para personalizar campanhas, antecipar tendências e criar experiências altamente relevantes para os clientes.

O curso **Especializado Data Driven Marketing & Strategy** foi concebido para responder a esta realidade emergente, capacitando profissionais a dominar técnicas avançadas de marketing orientado por dados e a aplicar ferramentas de Data Science e Inteligência Artificial (IA) no contexto empresarial.

Se és profissional de marketing, gestor, empreendedor ou analista de dados, este curso irá transformar a forma como trabalhas, oferecendo-te ferramentas para otimizar campanhas, prever comportamentos, criar conteúdos automatizados e tomar decisões baseadas em *insights* sólidos. Torna-te o profissional que o mercado procura: estratégico, analítico e preparado para os desafios de um futuro cada vez mais digital e orientado por dados.

Porquê apostar numa carreira em Data Driven Marketing & Strategy?

#Empregabilidade

No contexto atual, onde a tomada de decisão baseada em dados é essencial, as empresas procuram profissionais capazes de transformar dados em estratégias eficazes. A crescente adoção de Data Science e Inteligência Artificial no marketing e nos negócios faz com que especialistas em Data-Driven Strategy sejam cada vez mais valorizados, tanto a nível nacional como internacional.

#Versatilidade

A análise e interpretação de dados são competências fundamentais em diversas áreas, desde o marketing e gestão até à inovação e desenvolvimento de produto. Com esta especialização, poderás aplicar os teus conhecimentos em diferentes setores e até trabalhar como freelancer ou consultor, com total autonomia na gestão dos teus projetos e horários.

#Impacto

Ao especializares-te em Data-Driven Strategy, desenvolves competências que te permitem otimizar campanhas, prever tendências, automatizar processos e tomar decisões informadas. Podes aprofundar conhecimentos em Inteligência Artificial aplicada ao marketing ou Business Intelligence, tornando-te um profissional essencial para empresas que valorizam decisões estratégicas baseadas em dados.

Por onde deves começar?

Com o curso **Especializado Data Driven Marketing & Strategy** vais:

:: **Aprender todos os conceitos-base** da análise e estratégia data-driven, com profissionais de grande experiência e reconhecimento no mercado de trabalho;

:: **Conhecer as melhores práticas no mercado** para recolha, análise e interpretação de dados, aplicadas à tomada de decisão estratégica;

:: **Desenvolver, planear e aplicar estratégias de marketing baseadas em dados, utilizando ferramentas analíticas, técnicas de Data Science e Inteligência Artificial;**

:: Explorar uma **abordagem ética e responsável no uso de dados e IA**, assegurando conformidade legal e práticas transparentes;

:: **Construir o teu portfólio** profissional, para que possas demonstrar os teus conhecimentos e capacidade de execução às entidades empregadoras.

Destinatários

Este curso é indicado para ti se:

:: **Queres desenvolver uma abordagem estratégica baseada em dados**, complementando a tua formação e currículo com um curso prático e alinhado com as exigências do mercado;

:: És profissional de Marketing, Gestão de Produto, Comunicação ou Vendas e **procuras aprofundar os teus conhecimentos, integrando práticas data-driven para otimizar decisões estratégicas;**

:: Já trabalhas em Marketing Digital, Análise de Dados ou Gestão de Campanhas e **queres atualizar ou expandir as tuas competências, incorporando metodologias avançadas de análise e interpretação de dados;**

:: És empreendedor e **queres utilizar dados para tomar decisões mais informadas, melhorar a performance do teu negócio e maximizar resultados;**

:: Queres **fazer networking com profissionais do setor** que valorizam uma abordagem estratégica orientada por dados.

Objetivos

Com o curso **Especializado Data Driven Marketing & Strategy** ficarás apto a desenvolver uma atividade profissional nas áreas de **Marketing Digital, Data Science e Gestão Estratégica** em diversos setores e indústrias e desempenhar funções como:

:: **Performance Marketing Manager**, enquanto especialista na criação, gestão e otimização de campanhas digitais, com foco no retorno sobre o investimento (ROI), utilizando dados analíticos para ajustar campanhas em tempo real para garantir que os recursos sejam alocados de forma eficiente.

:: **Data Scientist/Analyst em Marketing**, enquanto profissional responsável pela análise de grandes volumes de dados para identificar padrões de comportamento e gerar insights, utilizando técnicas de Data Science para prever tendências e otimizar campanhas, e ajudando a personalizar a experiência do cliente.

:: **Growth Hacker**, enquanto profissional focado no crescimento acelerado da empresa, utilizando dados e técnicas criativas para aumentar a aquisição e retenção de clientes, testando novas estratégias e canais para impulsionar rapidamente o crescimento.

:: **Digital Marketing Manager**, enquanto profissional responsável por coordenar estratégias de marketing digital integradas, como SEO, SEM e social media, utilizando dados e ferramentas de automação para otimizar campanhas, melhorar a segmentação e alcançar objetivos estratégicos.

Condições

Oferta de 5% de desconto no valor total da propina mediante pronto pagamento (válida apenas para inscrições a título particular).

Mensalidades (apenas para particulares): Taxa de inscrição de 10% + pagamento do valor restante até 12 prestações, sem juros, através do parceiro Cofidis Pay. (Sujeito a aprovação, consulta-nos para mais informações).

Pré-requisitos

Para frequentares o curso **Especializado Data Driven Marketing & Strategy** deverás ter conhecimentos básicos de marketing e gestão. Familiaridade com ferramentas digitais, noções gerais de estatística e análise de dados será uma vantagem, mas não essencial.

Programa

- Marketing Data-Driven: Fundamentos (30h)
- Estatística aplicado ao Marketing Analítico (27h)

- Masterclass I (3h)
- Data Science aplicado ao Marketing (42h)
- Masterclass II (3h)
- Ética e Responsabilidade no Uso de Dados e IA (9h)
- Projeto Prático (15h)

Marketing Data-Driven: Fundamentos

- Introdução ao Marketing Orientado por Dados
 - O que é a abordagem Data-Driven em Marketing?
 - A evolução do marketing: de estratégias tradicionais à personalização com base em dados.
 - O papel da inteligência artificial e do machine learning no Marketing Data-Driven.
 - Como relacionar atividades de marketing com métricas-chave: a importância da mensurabilidade.
 - Características de uma estratégia de Marketing Data-Driven: foco em resultados, análise contínua e otimização.
 - Cultura Data-Driven:
 - O que é e como implementá-la.
 - Principais barreiras e estratégias para superá-las.
 - Riscos e limitações do Marketing Data-Driven: viesamentos nos dados, dependência excessiva de métricas e desafios relacionados com privacidade, relevância estatística.
- Conceitos e Métricas Essenciais
 - Métricas Financeiras e Operacionais; Métricas de Marketing Digital.
 - Análise de Métricas Combinadas e como perceber correlações
- Modelos de Atribuição e Funil de Conversão
 - Modelos de atribuição: last click, first click, multicanal, assistida.
 - Análise de funis: TOFU, MOFU, BOFU – Principais dimensões de análise.
 - Identificação de gargalos e estratégias para otimizar funis de conversão
- Recolha e Integração de Dados
 - Introdução ao ETL (Extract, Transform, Load): Processos de extração, transformação e carregamento de dados.
 - Ferramentas e plataformas de recolha de dados através de UI vs Integração (ex: Google Analytics, CRMs, Software de Faturação);
 - Qualidade dos dados:
 - Como identificar dados irrelevantes ou imprecisos
 - Impacto de dados de má qualidade nas decisões de marketing.
 - Como escolher os dados que importam recolher: alinhamento com objetivos estratégicos.
- Bases de Dados e Modelagem de Dados
 - Estruturas de bases de dados relacionais (SQL) e não relacionais (NoSQL);

- Modelagem de dados para Marketing: star schema e snowflake schema.
- Integração de dados entre plataformas: introdução ao conceito de Customer Data Platform (CDP).
- Visualização e Storytelling com dados
 - Elementos essenciais de dashboards para marketing.
 - Criação de dashboards com PowerBI
 - Storytelling com dados:
 - Transformar dados em insights acionáveis.
 - Frameworks de storytelling: What? So What? Now What?
 - Boas práticas e erros a evitar.
 - Exercício Prático.

Estatística Aplicada ao Marketing Analítico

- 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.

Masterclass I

Data Science aplicado ao Marketing

- Fundamentos de IA e Machine Learning
 - Conceitos de IA e Machine Learning.
 - Tipos de modelos de Machine Learning: supervisionados, não supervisionados e semissupervisionados.
 - Problemas de Classificação, Regressão, Clusterização.
- Modelos de Segmentação Avançada baseados em técnicas de Clustering
 - Modelos de Segmentação para identificar grupos de clientes.
- Fundamentos de Modelos de Recomendação
 - Regras de associação, filtragem colaborativa, baseada em conteúdo e híbrida.
 - Aplicações práticas no marketing: recomendações de produtos e campanhas personalizadas.
- Modelos de Deep Learning em Marketing
 - Conceitos de Deep Learning.
 - Aplicações práticas no marketing:
 - Processamento de texto: análise de sentimento, categorização automática.
 - Processamento de imagem: classificação de imagens.
 - Introdução a ferramentas (Google AutoML ou AutoML Microsoft Fabric).
- Marketing com IA Generativa
 - Fundamentos de GenAI.
 - Aplicações práticas no marketing:
 - Criação e sumarização de conteúdos com IA.
 - Utilização de ferramentas como Vextapp, OpenAI, Datastax.
- Modelos preditivos em prática: Previsão de Churn e Segmentação de Clientes
 - Modelos preditivos para identificar clientes em risco de churn.
 - Fatores de risco de churn e variáveis-chave.
- Modelo de clusterização para segmentação de clientes
 - Principais resultados e visualização dos segmentos.
- Exercício Prático.

Masterclass II

Ética e Responsabilidade no Uso de Dados e IA

- Princípios éticos no Marketing Data-Driven: transparência, justiça e responsabilidade.

- Privacidade e Conformidade Legal
 - RGPD: princípios fundamentais e impacto no marketing.
 - Boas práticas para compliance com RGPD e outras normas similares (ex: E-Privacy).
 - Consentimento e gestão de dados pessoais:
 - Boas práticas para recolha e armazenamento de dados.
 - Transparência nas políticas de privacidade.
- Viés algorítmico e Discriminação: identificação e mitigação.
- Tomada de decisão ética no Marketing com IA: Como garantir que as decisões são éticas.
 - Ferramentas de apoio à decisão (ex: princípios FAIR – Fairness, Accountability, Interpretability, Responsibility).
 - Avaliação de trade-offs: personalização vs privacidade, eficácia vs transparência.

Projeto Prático