



FLAGProfessional Digital Marketing & E-Commerce

Marketing Digital

Live Training (também disponível em presencial)

- **Localidade:** Imprimir Curso
- **Data:** 17 Mar 2025
- **Preço:** 4850 € (Os valores apresentados não incluem IVA. Oferta de IVA a particulares e estudantes.)
- **Horário:** Pós-Laboral das 2ª, 4ª e 6ª, das 19h00 às 22h00
- **Nível:** Entrada
- **Duração:** 375h

Sobre o curso

Na **Academia FLAGProfessional Digital Marketing & E-Commerce** irás aprender a definir e implementar estratégias de Marketing Digital e de E-commerce, com recurso às principais plataformas e ferramentas do mercado. No final do curso, estarás apto a ingressar no mercado de trabalho enquanto Digital Marketing Manager, Social Media Manager, profissional de SEO, Campaign/PPC/Performance Manager, E-Commerce Manager, entre outros.

O Marketing Digital demonstrou-se como uma das áreas com maior crescimento na última década, sendo cada vez mais uma componente imprescindível das estratégias de Marketing e Comunicação de qualquer entidade ou organização, que pretenda promover a sua notoriedade, experiência de consumidor, *engagement* com clientes e resultados. Uma boa presença online, aliada a uma estratégia de E-Commerce (cuja adoção cresceu exponencialmente durante e após a pandemia, por agentes de todos os setores de atividade), constitui hoje a abordagem privilegiada de qualquer tipologia e dimensão de negócio.

Assim sendo, o aumento do orçamento destinado a ações de Marketing Digital pelas empresas tem reforçado a procura por profissionais qualificados nas suas mais variadas áreas de intervenção (Estratégia, SEO, Campanhas de Performance, Social Media, E-Mail Marketing, Data e Analytics, entre outras), constituindo também uma das disciplinas transversais para profissionais de qualquer domínio de gestão empresarial.

Porquê apostar numa carreira em Marketing Digital e E-Commerce?

- **Empregabilidade**

Num mercado cada vez mais competitivo, e numa altura em que as marcas e as empresas apostam cada vez mais numa forte presença online, existe uma crescente procura por profissionais de Marketing Digital e E-Commerce no mercado nacional e internacional.

- **Flexibilidade**

Tratando-se de uma função transversal a todas as áreas e setores de atividade, ao especializares-te em Marketing Digital e E-Commerce, poderás desenvolver a tua atividade nas mais variadas indústrias, e até optar por trabalhar de forma autónoma, em regime de freelancer, com liberdade na gestão dos teus horários.

- **Versatilidade**

Como se trata de um domínio com várias áreas de atuação, tens a possibilidade de experimentar e de te especializares nas que mais gostas e para a qual apresentas maior apetência, explorando o teu perfil criativo, analítico ou ambos.

Por onde deves começar?

Com a **Academia FLAG Professional Digital Marketing & E-Commerce** vais:

- **Aprender todos os conceitos-base** desta área, com profissionais de grande experiência e reconhecimento no mercado de trabalho;
- **Conhecer as melhores práticas no mercado** de Marketing Digital e E-Commerce;
- **Desenvolver, planejar e implementar estratégias de Marketing Digital e E-Commerce** mais adequadas para diferentes públicos, mercados e setores de atividade;
- **Dominar, explorar e aprofundar as plataformas e ferramentas de Marketing Digital e E-Commerce**, através de uma metodologia baseada em projetos (*project-based learning*) com uma forte componente prática e teórica;
- **Construir o teu portfólio** profissional através dos projetos desenvolvidos ao longo do curso, para que possas demonstrar a tua criatividade e capacidade de execução às entidades empregadoras;
- **Ter o apoio da FLAG na procura ativa de uma oportunidade profissional** através do nosso Career & Employability Hub. Esta equipa especializada gere uma rede com mais de uma centena de parceiros com necessidades de atração de novos talentos e visa a integração dos nossos alunos com avaliação igual ou superior a 16 valores no mercado de trabalho.

Destinatários

Este curso é indicado para ti se:

- Pretendes iniciar uma carreira em Marketing Digital e/ou E-Commerce, complementando a tua formação-base e o teu currículo com um **curso prático e reconhecido no mercado**;
 - És profissional de uma área relacionada com Marketing, Comunicação, Vendas e/ou Gestão, e pretendes alargar os teus horizontes e enriquecer as tuas competências com valências na área de Marketing Digital e E-Commerce, através de um **curso com uma forte componente prática e ajustada às reais necessidades do mercado Português**;
 - Já trabalhas em Marketing Digital ou E-Commerce, e procuras fazer uma **atualização ou upgrade às tuas competências**;
 - És empreendedor e pretendes **dar forma aos teus projetos**;
 - Procuras oportunidades de **networking com profissionais ativos no mercado de Marketing Digital e E-Commerce**.
-

Objetivos

Com este curso ficarás apto a desenvolver uma atividade profissional nos mais variados setores e indústrias, em Marketing Digital e E-Commerce, desempenhando funções como:

- **Digital Marketing Manager**, enquanto profissional que faz a criação, gestão e otimização de planos estratégicos de Marketing Digital, para que as marcas e as empresas possam atingir os seus objetivos.
- **Social Media Manager**, enquanto responsável pela gestão de redes sociais, desde a criação de toda a estratégia de social media, à produção de conteúdos e community management.
- **Content Creator**, enquanto profissional responsável pela definição estratégica e criação de conteúdos, para gerar tráfego, leads e vendas, entre outros objetivos de negócio;
- **Profissional de SEO**, enquanto especialista na otimização e posicionamento orgânico das plataformas online nos motores de busca.
- **Campaign Manager, Performance Manager ou PPC Manager**, enquanto profissional responsável pela criação, implementação, gestão e otimização de anúncios online.
- **E-Commerce Manager**, enquanto profissional responsável pela estratégia, implementação, gestão e otimização de uma loja online.

Ao concluíres com aproveitamento esta formação, receberás um Certificado de Formação (acreditado pela DGERT) e um badge digital (da Credly) para partilhares com a tua rede profissional online.

Condições

- Taxa de inscrição: 10% do valor do curso, dedutível no valor total
- **Possibilidade de pagamento faseado** do restante valor para clientes particulares

- **Oferta de 5% de desconto** no valor total da propina mediante pronto pagamento (válida apenas para inscrições a título particular)
 - Estudantes não residentes no território nacional, terão de efetuar um pagamento de 50% do valor total da propina no momento da inscrição
 - Os valores apresentados não incluem IVA. Isenção do valor do IVA a particulares.
 - Para informações completas sobre os requisitos e condições financeiras disponíveis, contacte-nos através do botão Saber +
-

Pré-requisitos

- Para frequentares a **Academia FLAGProfessional Digital Marketing & E-Commerce** deverás ter conhecimentos informáticos na ótica do utilizador, gosto por Marketing e Comunicação, e uma mente criativa e curiosa.
 - Considerando o elevado grau de exigência das Academias FLAGProfessional é fundamental que presentes um perfil organizado, focado e disciplinado, para que consigas garantir o correto acompanhamento das matérias lecionadas, bem como dos projetos a realizar.
-

Metodologia

- Formação Presencial ou [Live Training](#) (Formação Remota 100% Online)
-

Programa

- Sessão de onboarding (3h)*
- Fundamentos de Marketing Digital (15h)
- Workshop: Personas e Customer Journey Mapping* (12h)
- Website: Fundamentos, Definição e Avaliação (12h)
- Estratégia de Content Marketing (9h)
- Web Copywriting (18h)
- Email Marketing & Marketing Automation (15h)
- Planeamento de Media Digital (9h)
- Fundamentos de Social Media Marketing e Community Management (6h)
- Facebook Marketing (12h)
- Instagram Marketing (12h)
- Facebook and Instagram Ads (12h)
- X Marketing (ex-Twitter) (9h)
- Youtube Marketing (9h)

- TikTok Marketing (9h)
- LinkedIn Marketing (12h)
- Fundamentos de RP Digital & Influencer Marketing (6h)
- Masterclass (3h)*
- Projeto I SMM* (12h)
- Fundamentos de Search Engine Marketing (6h)
- Google Tag Manager, Looker Studio and Google Business Profiles (12h)
- Search Engine Optimization (21h)
- Google Ads: Display, Search, Video e Shopping (24h)
- Google Analytics 4 (18h)
- Masterclass* (3h)
- Projeto II SEM* (12h)
- Fundamentos de E-Commerce (15h)
- Gestão de Tráfego Qualificado para E-Commerce (9h)
- Data-Driven Marketing e Data Science para Marketing (18h)
- Criação de uma Loja Online no Shopify (12h)
- Otimização e Gestão de Clientes de E-Commerce (6h)
- Relatórios de E-Commerce e Business Intelligence (6h)
- Masterclass* (3h)
- Projeto III E-Commerce* (12h)
- Sessão de Encerramento* (3h)

*A Sessão de Onboarding e de Encerramento, o Workshop: Personas e Customer Journey Mapping e todos os projetos e masterclasses decorrem no formato [Live-Training](#).

Sessão de Onboarding

Fundamentos de Marketing Digital

- Evolução do Marketing ao longo dos tempos
- Marketing Digital em Números
- Comportamento do Consumidor
- Inbound e Outbound Marketing
- Os Modelos P.O.E.M. (Paid, Owned e Earned Media) e P.O.S.E. (Paid, Owned, Shared and Earned)
- Fúnil de Conversão Digital
- As principais áreas de Intervenção do Marketing Digital
- Estratégia de Marketing Digital
- Marketing Baseado em Dados (Data-Driven Marketing)
- Inteligência Artificial e Machine Learning no Marketing
- Privacidade de Dados e RGPD

Workshop: Personas e Customer Journey Mapping

- Personas: o que são, como funcionam e para que servem
- Atividade Prática de Co-Criação: Construção de Personas
- Customer Journey Maps: que são, como funcionam e para servem
- Tipos de Journey Maps, suas especificidades e aplicações
- Atividade Prática de Co-Criação: Mapeamento da Jornada do Consumidor

Website: Fundamentos, Definição e Avaliação

- O site: tipos, objectivos e melhores práticas
- Estrutura e infraestrutura: domínio, alojamento, formas de construção
- Arquitetura de informação
- Experiência do Utilizador: ux, usabilidade, acessibilidade
- Wireframing
- Avaliação do website: heurística, performance, utilizadores

Estratégia de Content Marketing

- Introdução do Content Marketing
- Estratégia de Content Marketing
- Fundamentos de Blogging
- Content Marketing para Inteligência Artificial e Automatização

Web Copywriting

O que saber antes de escrever

- Copywriter e copywriting – Conceito e como criar uma ideia
- Público-alvo, audiência e personas – A mensagem – O meio – Tom, estilo e personalidade
- Storytelling
- Preparação de um conceito
- Densidade vs Relevância da informação
- Lógica da Pirâmide Invertida

Como escrever

- Títulos, listas e CTAs
- Conteúdos Multipágina
- Adaptação de textos para a web
- Copy para sites e blogs
- Copy para email marketing
- Copy para PPC
- Copy para redes sociais
- Copy para Landing Pages

A Inteligência Artificial e o copywriting

- Escrever um bom prompt
- Usar a AI como ponto de partida
- Ferramentas de AI úteis

Email Marketing & Marketing Automation

- Introdução ao E-Mail Marketing
- Base de Dados para E-Mail Marketing
- Email Marketing
- As principais Plataformas de email Marketing
- Email Marketing Automation

Planeamento de Media Digital

- Introdução ao Planeamento de Media Digital
- Media Mix e Formatos
- Media Buying
- Media Reporting
- Plataformas Online
- Métricas
- Como potencializar um negócio b2c vs b2b
- Grow Hacking

Fundamentos de Social Media Marketing e Community Management

- O papel das Redes Sociais no Marketing Digital
- Diversidade de Redes Sociais
- Estratégia nas Redes Sociais
- Noções Gerais de Community Management

Facebook Marketing

Facebook Marketing: Porquê?

- Algoritmo do Facebook
- Introdução ao Business Manager
- Estratégia de Facebook Marketing

Conteúdos no Facebook

- Tipos de conteúdos e suas especificidades
- Estratégia de conteúdos para o Facebook

- Boas práticas e formas de atuar

Métricas e Otimização

- As principais métricas de Facebook
- Análise e Reporting

Instagram Marketing

Instagram Marketing: Porquê?

Estratégia de Instagram Marketing

Conteúdos no Instagram

- Tipos de conteúdos e suas especificidades
- Estratégia de conteúdos para o Instagram
- Trabalhar com hashtags
- Boas práticas e formas de atuar

Métricas e Otimização

- As principais métricas de Instagram
- Análise e Reporting

Facebook and Instagram Ads

Fundamentos de Publicidade no Facebook e Instagram

- Tipologias de objetivos
- Formatos de anúncios
- Audiências e critérios de segmentação: públicos personalizados, semelhantes e guardados
- Anatomia de uma campanha: campaigns, ad sets e ads
- Modelos de pagamento

Promoção de Publicações, Plataforma de Self-Service e Gestor de Anúncios

Métricas e Otimização

- As principais métricas de Facebook e Instagram Ads
- Pixeis de conversão e integração com outras plataformas
- Análise e Reporting

Marketing (ex-Twitter)

X Marketing: Porquê?

- Estratégia de X Marketing
- Conteúdos no X

Tipos de conteúdos e suas especificidades

- Estratégia de conteúdos para o X
- Trabalhar com hashtags
- Boas práticas e formas de atuar

Publicidade no X

- Métricas e Otimização

As principais métricas do X

- Análise e Reporting

YouTube Marketing

Youtube Marketing: Porquê?

Criação e Configuração de um canal de Youtube.

Estratégia de Youtube Marketing

Conteúdos no Youtube

- Boas práticas
- Funcionalidades nativas do Youtube: interatividade, legendas, genéricos, listas, creator studio, entre outros

Métricas e Otimização

- As principais métricas de Youtube
- Análise e Reporting

TikTok Marketing

TikTok Marketing: Porquê?

Criação e Configuração de Conta no TikTok

Estratégia de TikTok Marketing

Conteúdos no TikTok

- Tipos de conteúdos e suas especificidades
- Estratégia de conteúdos para o TikTok
- Boas práticas e formas de atuar

Publicidade no TikTok

Métricas e Otimização

- As principais métricas de TikTok
- Análise e Reporting

LinkedIn

LinkedIn Marketing: Porquê?

- LinkedIn Free vs Premium Tools
- Estratégia de LinkedIn Marketing
- Otimização de Contas Pessoais no LinkedIn
- Otimização de Contas Empresariais no LinkedIn
- Conteúdos no LinkedIn

Tipos de conteúdos e suas especificidades

- Estratégia de conteúdos para o LinkedIn
- Boas práticas e formas de atuar

Publicidade no LinkedIn

Métricas e Otimização

- As principais métricas de LinkedIn
- Análise e Reporting

LinkedIn com Inteligência Artificial

Fundamentos de RP Digital & Influencer Marketing

- Relações Públicas Digitais: PESO Model; Conteúdos e Canais; Gestão de Reputação
- Influencer Marketing: Segmentação, Contratação, Implementação e Avaliação
- Gestão de Crises online

Masterclass

Projeto – Social Media Marketing

Fundamentos de Search Engine Marketing

- Conceitos Gerais de Search Marketing
- A Pesquisa
- As vertentes do Search Marketing
- Tendências emergentes

Google Tag Manager, Locker Studio and Google Business Profiles

- Introdução ao Tag Manager
- Configurar a Conta e Contentor de Tag Manager
- Introdução ao Data Studio
- Integração do Google Tag Manager com Plataformas de Automatização
- Google My Business: O que é e para que serve?
- Vantagens do Google My Business para os diferentes negócios
- Funcionalidades do Google My Business
- SEO do Google My Business para SEO
- Pesquisa local no Google
- Setup de uma conta no Google My Business

Search Engine Optimization

- Introdução ao Search Engine Optimization
- Práticas de Search Engine Optimization
- Mitos de SEO
- Search Everywhere Optimisation
- Google Page Experience e Core Web Vitals
- Métricas e indicadores de retorno
- IA & SEO
- Otimização para Mobile-First & SEO com IA
- Análise de resultados através do Google Search Console

Google Ads: Display, Search, Video e Shopping

- Introdução ao Google Ads
- Objetivos
- Segmentação
- Ferramentas de Google Ads
- Lances e orçamento – Smart Bidding e IA
- Anúncios – Otimização de Anúncios com IA e Machine Learning

- Destinos
- Cliques Inválidos
- Campanhas Google Ads- Search Ads
- Segmentação para a Rede de Display
- Campanhas na rede de display
- Campanha de Remarketing – Dynamic Remarketing
- Análise de Resultados – Atribuição Baseada em Dados (Data-Driven Attribution)
- Otimizar o desempenho – Testes A/B com IA: Configurar e automatizar testes de anúncios, palavras-chave e criativos com IA
- Controlo
- Otimização
- O Google Ads Editor
- MCC (My client Center)
- Google Ads Scripts
- Google Ads API

Google Analytics 4

- Introdução
- O que é o Web Analytics
- Introdução ao Google Analytics
- Funcionamento do Google Analytics
- Evolução do Google Analytics: do Universal para o GA4
- Descrição geral de contas, utilizadores e propriedades
- Obtenção e configuração do código
- Navegação no Google Analytics 4 e relatórios
- Conhecimento dos pilares essenciais no Google Analytics 4
- Métricas e Dimensões; Segmentos Avançados
- IA no Google Analytics – Aprendizagem da plataforma e Obtenção de Insights através de IA Modelos de Atribuição – Vantagens da Escolha do Modelo baseado em Machine Learning

Masterclass

Projeto: Search Engine Marketing

Fundamentos de E-Commerce

- Introdução ao E-Commerce
- Plano de Negócios para E-Commerce
- Gestão de Projeto para E-Commerce
- Plataformas de E-Commerce
- Da Estratégia à Implementação de um Negócio Online

- IA em E-Commerce – Personalização e Otimização com IA

Gestão de Tráfego Qualificado para E-Commerce

- Jornada do cliente online
- Ferramentas e táticas de conversão
- Aceleradores de conversão
- First party cookies
- M- commerce e social commerce
- UX e UI para M-Commerce
- Pagamentos Móveis
- Marketing Mobile First
- Produção de conteúdos para E-Commerce
- KPIs: o que medir em ecommerce
- Otimização de Estratégias Omnicanal
- Tendências Emergentes em M-Commerce
- Ferramentas para M-Commerce

Data-Driven Marketing e Data Science para Marketing

Introdução ao Data-Driven Marketing

Plataformas de Coleta de Dados e Ferramentas de Análise

- Google Analytics 4 (GA4)
- Google Tag Manager
- Looker Studio
- Ferramentas de Business Intelligence

Modelos de Atribuição e Funil de Vendas

- Tipos de modelos de atribuição
- Atribuição multicanal e impacto no funil de vendas

Cadeia de Valor e Ciclo de Vida do Cliente

- Customer Lifetime Value (CLV)
- Modelos Preditivos

Cultura de Testes e Otimização Contínua

- Testes A/B e Multivariados
- Ferramentas: testes A/B sem complicações técnicas
- Automação de Testes com IA

Ciência de Dados Aplicada ao Marketing

- Segmentação de Clientes
- Modelos Preditivos
- Estudo de caso

Social Listening

- Ferramentas de Social Listening
- Análise de Sentimento
- Estudo de caso: Ajustes de campanhas de marcas em tempo real com base em feedback social

Criação de uma Loja Online no Shopify

- Introdução ao Shopify
- Estrutura e Personalização da Loja
- Apps e Melhorias no Shopify
- Medição e Análise de Resultados

Otimização e Gestão de Clientes de E-Commerce

- Fundamentos da Otimização de E-Commerce
- Gestão de CRM e Estratégias de Comunicação

Relatórios de E-Commerce e Business Intelligence

- Relatórios e KPIs de E-Commerce
- Business Intelligence no E-Commerce

Masterclass

Projeto: E-Commerce

Sessão de Encerramento