

PROGRAMA



Pós-graduação

GESTÃO DE NEGÓCIOS

ONLINE

Candidaturas até
31 de março 2018

Início
7 de abril 2018

2ª edição

 www.gestaonegociosonline.pt
 formacao.executivos@ipleiria.pt

 **POLITÉCNICO**
DE LEIRIA **35**
ANOS

iddnet
TECHNOLOGY NETWORK

Apresentação

A IDD (Incubadora D. Dinis) é confrontada diariamente com a necessidade de capacitar os projetos empresariais para uma presença ativa na web. Esta necessidade é válida tanto para os empreendedores e incubados que acompanha, como para as empresas consolidadas inseridas no grupo IT que a IDD gere desde 2013, composto por cerca de 30 empresas/organizações da área das TICE.

A formação na área da web não é novidade e existe muita oferta que capacite os profissionais para gerir as suas redes sociais e otimizar os seus sites, como complemento das suas estratégias de marketing.

No entanto, a criação e gestão de negócios exclusivamente on line (100% virtuais) não tem sido abordada pelo mercado. O sucesso destes negócios já foi comprovado várias vezes (Facebook, Amazon...) e representam um mundo de oportunidades que esta pós-graduação quer potenciar.

Objetivos

Com uma componente de formação e outra de realização de um projeto, este curso pretende proporcionar a aplicação imediata dos conceitos, em novos modelos de negócio ou já existentes, fomentando o learning by doing para um domínio completo das melhores práticas e ferramentas usadas gestão de negócios digitais.

A formação decorre na Escola Superior de Tecnologia e Gestão do Instituto Politécnico de Leiria e a orientação dos projetos no ecossistema empresarial de start ups e spin offs da Incubadora Dom Dinis.

No final do curso os participantes deverão estar aptos a:

- Proporcionar uma visão abrangente e integrada de Gestão Empresarial para organizações de produtos e serviços no ambiente digital;
- Discutir conceitos, princípios, técnicas e processos dessa gestão, nos cenários de negócios;
- Proporcionar uma profunda compreensão teórica e prática de Marketing Digital e Vendas Online;

- Utilizar os novos meios digitais disponíveis, com o recurso às mais modernas técnicas, para a venda de produtos, serviços e ideias.
- Fomentar, sempre que possível, o desenvolvimento de propostas inovadoras de negócios.
- Criar conteúdos para o meio digital alinhados com as necessidades dos consumidores.
- Desenvolver aptidões e conhecimento aprofundado em diferentes áreas de marketing que permitam a concepção e implementação de estratégias, planos e soluções inovadoras para as empresas;
- Dar a conhecer os aspetos práticos mais relevantes para a elaboração e implementação de planos de marketing bem-sucedidos;
- Ter uma atuação no meio digital ética e cumpridora dos preceitos legais.

Destinatários

Executivos com perfil ambicioso e experiência profissional relevante, como diretores de Marketing, diretores de mercado, de unidades de negócio ou de marca, gestores e quadros de empresas prestadoras de serviços de Marketing, quadros de diversas áreas que pretendam obter formação avançada na gestão de negócios online.

Profissionais que pretendem aprofundar conhecimento no desenvolvimento de oportunidades de negócio e na implementação de estratégias e táticas que maximizem a eficiência organizacional e o negócio digital.

Profissionais de qualquer Setor de Atividade que pretendam desenvolver os seus conhecimentos e competências de forma integrada em Marketing Digital e Vendas Online, responsáveis por canal Web, consultores etc.

O número mínimo e máximo de participantes é de 10 e 32 formandos, respetivamente.

Duração

A Pós-graduação tem a duração de 18 meses.

As sessões presenciais decorrem de abril de 2018 a abril de 2019, seguindo-se o acompanhamento e apresentação dos projetos.

Serão lecionadas 27 sessões presenciais de 7 horas cada, quinzenalmente aos sábados (das 9h30 às 17h30).

Obrigatoriedade de frequência de 2/3 das aulas.

Certificado

Pós-graduação em “Gestão de negócios online” para formandos com grau académico igual ou superior a Bacharel ou “Especialização em Gestão de Negócios online” nos restantes casos.

ECTS: 75

Candidaturas

- Preenchimento de ficha de candidatura;
- Curriculum Vitae;
- Entrevista pela comissão de admissão.

As candidaturas poderão ser realizadas até 31 de março de 2018 no site <http://candidaturas.ipleiria.pt/>

A seleção dos candidatos será feita por avaliação curricular e ordem de inscrição.

Local

A Pós-graduação realiza-se no Campus 2 - ESTG do Instituto Politécnico de Leiria.

Preço

O preço do curso é de 3.400 €, sendo aplicado um desconto de 10% no caso de pronto pagamento.

Pagamentos

Taxa de candidatura: 60 €, no ato da candidatura.
Pagamento integral da propina com um desconto de 10% sobre o valor de 3.400€.
Ou
Parcelamento da propina mensalmente da seguinte forma:
600 € (1ª prestação da propina no ato de matrícula).
10 Prestações mensais 280€ até ao dia 10 de cada mês.

100.00 € por cada exame de Recurso ou Melhoria que seja solicitado pelos alunos.

Coordenação

Cristina Barros (cristina.barros@ipleiria.pt)
Frederico Carvalho (Managing Director SpotPublicitario, Fundador CLICKSUMMIT) (frederico.carvalho@spotpublicitario.com)

Alojamento

A POUSADINHA JOSÉ SARAMAGO do IPL está à disposição dos estudantes que pretendam pernoitar em Leiria com valor acessíveis, mais informações me http://www.ipleiria.pt/portal/ipleiria?p_id=8705.

Contactos

cecilia.marques@ipleiria.pt

Serviços de Ação Social - Tel: 244 830 640, opção 1

Informações

SPG – Secretariado de Pós-Graduações e Formação Contínua
Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Leiria

Instituto Politécnico de Leiria

Localização: Gabinete BID3, Piso 0, Edifício B

Horário de atendimento: das 10:00 às 12:00 e das 14:30 às 16:30

Contacto:

Sandra Brás | Email: sandra.bras@ipleiria.pt | Telf: 244 820 308

Welcome Day

3,5 horas

Módulo 1

O Novo Empresário e o Paradigma do Marketing no Ciclo de Vendas Online

7 horas

1. Fundamentos do marketing digital e suas áreas de intervenção.
2. Tendências, transformações e segmentação de empresas.
3. Indicadores de desempenho chave para otimizar uma estratégia centrada no cliente: aplicação de marketing digital para modelos de negócios (3h).

Módulo 2

Ecosistemas de Empreendedorismo Digital
e Desenvolvimento do Plano de Negócios

7 horas

1. A nova “economia” e os ecossistemas de empreendedorismo e inovação.
2. O que as startups significam para o crescimento económico e do trabalho.
3. O que os novos negócios significam para as estruturas de poder e para a sociedade?
4. A nova dinâmica das relações nos ambientes de inovação.
5. Como os ecossistemas influenciam a criação de negócios.
6. Como elaborar e desenvolver o plano de negócios.

Módulo 3

Nicho de mercado e Marketing Research Alternativo

7 horas

1. Planear, conceber e conduzir estudos de mercado ou qualquer outra investigação em marketing.
2. Selecionar e aplicar metodologias de recolha de dados de marketing.
3. Analisar, interpretar e comunicar os resultados de estudos de investigação em marketing.
4. Gerir, explorar, interpretar e comunicar informação de marketing em sistemas de informação .
5. Conceber, implementar e gerir políticas de relacionamento com clientes.

Módulo 4

Gestão de Projeto e Recursos Humanos

7 horas

1. Processos de gestão de projetos.
2. Áreas de gestão do conhecimento.
3. Gestão do tempo.
4. Gestão da organização.
5. Gestão da qualidade.
6. Gestão da comunicação.
7. Gestão de recursos humanos.
8. Referencial de competências do gestor de projeto.
9. Gestão de riscos.
10. Gestão de custos.

Módulo 5

Finanças

7 horas

1. Controlar as entradas e saídas de caixa da empresa com base nos principais conceitos sobre fluxo de caixa.
2. Fazer projeções financeiras para identificar os melhores investimentos e planejar estratégias de crescimento.
3. Identificar se a empresa está a gerar lucro ou prejuízo pela análise de documentos técnicos.
4. Evitar os principais erros cometidos por empreendedores no planeamento financeiro.

Módulo 6

Fundamentos Comerciais

7 horas

1. Quais os princípios comportamentais dos empresários de sucesso, identificados, ao longo dos anos.
2. Como identificar a posição da sua empresa no seu ciclo de vida.
3. Como definir a visão, missão e pontos de cultura da sua empresa percebendo qual a sua importância para o futuro da mesma.
4. Quais os ciclos de crescimento das empresas, ficando a conhecer quais os pontos de estrangulamento de típicos do processo.
5. Como vender na atual economia de informação, sabendo qual o novo funil comercial e a importância da comunicação educativa de conteúdos.
6. Como liderar os seus colaboradores e parceiros, de forma a estarem alinhados com as suas ideias e objetivos.

Módulo 7

Marketing Digital: do Arranque do Negócio às Vendas Online

7 horas

1. O novo consumidor digital: comportamento e motivações.
2. Áreas de intervenção do marketing digital.
3. CheckList das fontes de tráfego.
4. Idealizar a jornada de compra do cliente.
5. Como descobrir as fontes da sua concorrência.
6. Marketing digital e o funil de conversão atual.
7. Estratégias e ferramentas para agilizar a captação de contactos.
8. Métricas e Key Performance Indicators em marketing digital.
9. Google Webmaster Tools, Google Analytics, Google Keywords Tool.

Módulo 8

Casos de Estudo de Gestão de Negócios Online

7 horas

1. Miguel Silva Costa, CEO WebHS.
2. Diogo Homem, diretor de comunicação da EMEL.
3. Convidado 3
4. Convidado 4
5. Convidado 5

Módulo 9

Direito Digital

7 horas

1. Discutir e analisar as principais questões relacionadas aos contratos eletrônicos, principalmente sob o ponto de vista empresarial.
2. Debater sobre a importância do direito digital nas estratégias jurídicas das empresas.
3. Conhecer e debater as principais questões jurídicas e corporativas relacionadas ao mundo cibernético.
4. Estudar as questões relacionadas à segurança da informação.
5. Analisar os crimes eletrônicos e a importância da perícia.
6. Discutir os aspectos jurídicos sobre direito autoral e propriedade intelectual.
7. Entender e analisar os conceitos sobre privacidade, liberdade de expressão, proteção de dados e o direito ao esquecimento.

Módulo 10

Construção do Blog / Site

7 horas

1. Princípios básicos de web design.
2. Domínios, alojamento Web e SSL.
3. Responsive Web design.
4. Benchmarking e fontes de inspiração.
5. A importância da arquitetura de informação no desenvolvimento de um website.
6. Categorização e classificação de conteúdos.
7. Ferramentas de organização de conteúdos.
8. A importância da usabilidade no desenvolvimento web.
9. Planeamento de um Website.
10. Definição de objetivos.
11. Identificação da audiência.
12. Configuração do Wordpress.
13. Definição de um cronograma.
14. Definição de um modelo de comunicação.
15. Criação de uma matriz de responsabilidades.

Módulo 11

SEO e Fatores de Posicionamento

7 horas

1. Introdução ao posicionamento orgânico nos motores de busca (SEO).
2. Como funcionam os motores de pesquisa? - Rastreamento e Indexação.
3. Ferramenta de Webmasters do Google.
4. Factores de posicionamento interno (SEO On Page).
5. Keywords e meta-etiquetas.
6. Optimização de imagens, links e texto.
7. Domínios, antiguidade, outros factores.
8. Factores de posicionamento externos (SEO Off Page).
9. Critérios para avaliar links.
10. A importância dos Backlinks: Page Rank.
11. Técnicas para conseguir links.
12. Content marketing e plano de redes sociais: gerar links de qualidade.
13. Penalizações e Black Hat SEO.
14. Ferramentas SEO: Google Webmaster Tools, Bing Webmaster Tools, SeoMoz, Google Adwords Keyword Tool, ferramentas de Chrome Web Store, SEO Local e Google Plus, entre outros.

Módulo 12

Inbound Marketing

7 horas

1. Conteúdos e usabilidade.
2. Tipos de conteúdo.
3. Como escrever para a Web.
4. Romper com a uniformidade do texto.
5. Recomendações de estilo.
6. Orientar o conteúdo ao público a quem se dirige.
7. Licencias Creative Commons e difusão de conteúdos na Internet.

Módulo 13

Search Engine Marketing

7 horas

1. O modelo de Pay Per Click (PPC) e o marketing dos motores de pesquisa.
2. Visão geral Google AdWords.
3. Administração de contas de Adwords.
4. Formatos de anúncios de Adwords.
5. Orientação e locais Adwords.
6. Palavras chave e oritenção por palavras chave.
7. Políticas e questões sobre a qualidade dos anúncios.
8. Optimização de campanhas e seguimento das conversões.
9. Criação e optimização de campanhas de anúncios de texto.
10. Criação e optimização de campanhas de display.
11. Criação e optimização de campanhas de video.
12. Integração de Adwords e Analytics.
13. Remarketing.

Módulo 14

Analítica Web

7 horas

1. Google Analytics.
2. Métricas de SEO e usabilidade.
3. Métricas de Adwords.
4. Métricas de campanhas.
5. Métricas de fontes de tráfego.
6. Painel de administração.
7. Configuração de filtros.
8. A/B testing.
9. Configuração de conversões.
10. Configuração de eventos.
11. Configuração de elementos de usabilidade.
12. Optimizar campanhas: avaliação do Roi.

Módulo 15

Suporte ao Cliente e Fundamentos de Redes Sociais

7 horas

1. O papel das redes sociais no marketing digital.
2. Diversidade de redes sociais.
3. Redes sociais horizontais e verticais.
4. As principais redes sociais.
5. Plataformas de integração de redes sociais.
6. Definição de objetivos e metas.
7. Boas práticas.
8. Métricas e indicadores de retorno.
9. A figura de Community Manager: tarefas, responsabilidades, aptidões e atitude.
10. Ferramentas de gestão de comunidades.
11. Boas práticas e formas de atuar.

Módulo 16

Facebook Para Negócios e o Papel do Community Manager

7 horas

1. Criação e configuração geral de uma Facebook Page.
2. Gestão de permissões.
3. Gestão de administradores.
4. Gestão de conteúdos.
5. Tipos de publicação: texto, link, imagem, video e marco.
6. Boas práticas e exemplos para a criação de publicações.
7. O algoritmo do Facebook.
8. Estratégia e definição da política de conteúdos.
9. Separadores/aplicações das páginas de Facebook.
10. Separadores/aplicações das páginas de Facebook.
11. Aplicações nativas: fotos, vídeos, eventos e notas.
12. Integração de aplicações externas numa Facebook Page: Woobox, Shortstack e outras.
13. Facebook Insights: métricas e indicadores de desempenho.
14. Exportação dos Facebook insights para Excel.
15. Como interpretar as métricas.

Módulo 17

Facebook Ads

7 horas

1. Introdução à publicidade no Facebook | Noções gerais: objetivo, público-alvo, localização, criatividade e pagamento.
2. Anatomia de uma campanha de Facebook Ads: campanha, grupo de anúncios e anúncio.
3. Segmentação com Facebook Ads: por localização, demografia, interesses e/ou comportamentos.
4. Modalidades de pagamento.
5. Promoted Posts, gestor de conteúdos e Power Editor.
6. Pixel de conversão.
7. Audiências, Custom Audiences, Lookalike Audiences.
8. Métricas e Indicadores de Desempenho.
9. Registo de conversões.
10. Relatórios.

Módulo 18

LinkedIn Marketing

7 horas

1. Caracterização do perfil de utilizadores.
2. As aplicações empresariais do LinkedIn: recrutamento, vendas e marketing.
3. Princípios gerais de uma estratégia de LinkedIn.
4. A empresa no LinkedIn VS os colaboradores no LinkedIn.
5. Criação e optimização do perfil pessoal no LinkedIn.
6. Gestão da rede de contactos.
7. Dinamização da presença: conteúdos e grupos.
8. Páginas empresariais no LinkedIn.
9. Páginas empresariais: da criação à optimização.
10. Métricas e indicadores de desempenho.
11. Tipos de publicidade no LinkedIn.
12. Como criar e otimizar campanhas de publicidade no LinkedIn.
13. Métricas e indicadores de desempenho.

Módulo 19

Vídeo Marketing

7 horas

1. O valor do vídeo no marketing e na comunicação.
2. O que é o Youtube.
3. Criação de um canal no Youtube.
4. Estratégia de Youtube marketing.
5. Criação de um canal.
6. Personalização e funcionalidades do Youtube.
7. Interatividade no Youtube.
8. Legendas.
9. Genéricos.
10. Analytics.
11. Listas privadas.
12. Streaming ou eventos em direto.
13. Editor de vídeo.
14. Boas práticas.
15. Editor de vídeo.

Módulo 20

Técnicas Para Geração de Leads e o Papel das Landing Pages

7 horas

1. Landing Pages: da estratégia à conversão.
2. A importância da arquitetura de informação.
3. As metodologias para construir o funil de vendas na era digital.
4. Gestão do pixel de conversão.
5. Da atenção à ação (conversão).
6. Boas práticas e exemplos.
7. Testes A/B.
8. Ferramentas.

Módulo 21

Publicidade Online e Marketing de Afiliados

7 horas

1. Modelos: CPM, CPC, CPL, CPA.
2. Planificação de campanhas digitais.
3. Registo como anunciante na rede de afiliados: tipos de afiliados.
4. Redes de afiliados VS AdSense.
5. Optimização do programa de afiliados.
6. Métricas e KPIs.

Módulo 22

Email e Marketing de Permissão

7 horas

1. Enquadramento do email e as suas funções no universo digital.
2. Principais características e plataformas para utilização do email.
3. Conceitos chave de email marketing.
4. Conceitos base: opt-in, opt-out, soft bounce, hard bounce.
5. Modelos de envio de uma campanha de e-mail marketing.
6. Importância da base de dados no e-mail marketing.
7. Segmentação.
8. Comportamento do utilizador.
9. Características do utilizador.
10. Metodologias e regras para a constituição de base de dados.
11. Questões legais relativas às bases de dados.
12. CNPD e normas de registo de bases de dados.
13. Regras básicas para a criação do assunto.
14. Tipos de assunto.
15. Personalização do assunto.
16. Equilíbrio entre imagem e texto no conteúdo da mensagem.
17. Técnicas de Copywriting para e-mail marketing.
18. Estrutura de Email.
19. Design de Email.
20. Plataformas.
21. Email Marketing Analytics.
22. Agendamento.
23. Análise de taxas de conversão.
24. Análise de taxas de conversão.
25. Email marketing e a sua relação com uma Landing Page.
26. Métricas e indicadores de atividade.

Módulo 23

E-Commerce

7 horas

1. Diferentes tipos de E-Commerce.
2. Vantagens da venda online.
3. Análise do negócio online a nível nacional e internacional.
4. Case studies.
5. Plano de negócios para E-Commerce.
6. Aspectos legais no E-Commerce.
7. Pricing e segmentação.
8. Gestão financeira.
9. Métodos de pagamento e fraude bancária.
10. Logística para E-Commerce.
11. Gestão de stocks.
12. Gestão e transportes.
13. Estrutura de uma plataforma de E-Commerce.
14. Composição do layout de uma loja online.
15. Visual merchandising online.
16. Produção de conteúdos.
17. Social commerce.
18. Mobile Commerce.
19. E-Commerce e sistemas de informação.
20. Ferramentas grátis e pagas.
21. Definir a melhor plataforma para o seu negócio.

Módulo 24

Coaching de Projetos

7 horas

Acompanhamento e orientação dos projetos que estão a ser desenvolvidos pelos estudantes.

Acompanhamento de projetos de ideias de negócio on-line na IDD pelos docentes da pós-graduação (6 meses)

Nota 1

O Programa do Curso poderá ser sujeito a pequenos ajustamentos no sentido de satisfazer eventuais solicitações dos participantes, caso a Coordenação do Curso entenda que essas solicitações poderão conduzir à melhoria do mesmo.

Nota 2

Algumas aulas poderão ser lecionadas em dias extra ao programa do curso.

Avaliações

Avaliação através de duas componentes:

Componente Teórica (60% da nota final e nota mínima de 9,5 Valores)

- 2 Frequências de 75 perguntas de escolha múltipla de 2h30 (nota mínima de 7 valores em ambas) com um peso de 30% cada na nota final. A média das duas frequências deve ser superior ou igual a 9,5 valores.

- Exame final ou de Recurso com 75 perguntas de escolha múltipla de 2h30 relativo a todos os conteúdos lecionados (nota mínima de 9,5 valores).

Componente Prática - Projeto (40% da nota final e nota mínima de 10,0 Valores)

A nota da componente prática é determinada segundo uma grelha de avaliação do mérito do projeto que é apresentada aos alunos na primeira sessão de formação.

O Aluno será considerado aprovado se:

Nota Final = Nota Média das Frequências ou Nota do Exame * 60% + Nota do Trabalho* 40% (maior ou igual a 10 (dez) valores).

A nota final será arredondada ao número inteiro mais próximo.

Obrigatoriedade de frequência de 2/3 das aulas.

Data	Módulos	Disciplina	Nº Horas	Sala	Formador
07/04/2018	Módulo 1	O novo empresário e o paradigma do marketing no ciclo de vendas online.	7	SF2	Cristina Barros e Frederico Carvalho
14/04/2018	Módulo 2	Ecosistemas de empreendedorismo digital e desenvolvimento do plano de negócios.	7	SF1	Cristina Barros
28/04/2018	Módulo 3	O nicho de mercado e marketing research alternativo.	7	SF2	Mário Alcântara
05/05/2018	Módulo 4	Gestão de projeto e recursos humanos.	7	SF2	Raquel Gonçalves
19/05/2018	Módulo 5	Finanças.	7	SF2	Inês Lisboa
02/06/2018	Módulo 6	Fundamentos comerciais.	7	SF2	Paulo de Vilhena
09/06/2018	Módulo 7	Marketing digital: do arranque do negócio às vendas online.	7	SF2	Frederico de Carvalho
23/06/2018	Módulo 8	Casos de estudo de gestão de negócios online.	7	SF2	Frederico de Carvalho
30/06/2018	Módulo 9	Direito digital.	7	SF2	João Ferreira Pinto
14/07/2018	Módulo 10	Construção do blog / site.	7	SF2	Raquel Antunes
08/09/2018	Módulo 11	SEO e fatores de posicionamento.	7	SF2	Paulo Faustino
15/09/2018	Módulo 12	Inbound marketing.	7	SF2	Paulo Faustino
29/09/2018	Módulo 13	Search engine marketing.	7	SF2	Marco Gouveia
06/10/2018	Módulo 13	Search engine marketing.	7	SF2	Marco Gouveia
20/10/2018	1ª Frequência				
27/10/2018	Módulo 14	Análítica web.	7	SF2	Bruno Amaral
10/11/2018	Módulo 14	Análítica web.	7	SF2	Bruno Amaral
17/11/2018	Módulo 15	Suporte ao cliente e fundamentos de redes sociais.	7	SF2	André Novais de Paula
24/11/2018	Módulo 16	Facebook para negócios e o papel do community manager.	7	SF2	Ana Mendes
15/12/2018	Módulo 17	Facebook ads.	7	SF2	Luciano Larrossa
05/01/2019	Módulo 18	LinkedIn marketing.	7	SF2	Pedro Caraméz
12/01/2019	Módulo 19	Vídeo marketing.	7	SF2	Vasco Marques
19/01/2019	Módulo 20	Técnicas para geração de leads e o papel das landing pages.	7	SF2	Frederico de Carvalho
02/02/2019	Módulo 21	Publicidade online e marketing de afiliados.	7	SF2	Paulo Faustino
16/02/2019	Módulo 22	Email e marketing de permissão.	7	SF2	Frederico de Carvalho
23/02/2019	Módulo 23	E-Commerce.	7	SF2	Vera Maia
09/03/2019	Módulo 24	Aula projeto.	7	SF2	Frederico de Carvalho
23/03/2019	2ª Frequência				
13/04/2019	Sessão de Apresentação dos Projetos				

Nota: Ao longo da realização do curso poderão ser introduzidos novos formadores, caso se verifique ser necessário.

Cristina Barros (coordenadora)



Professora adjunta do IPEiria, presidente da Incubadora de Empresas D. Dinis em Leiria e sócia fundadora de três empresas PMEs AFERYMED, Sinmetro e GUGGA. Através da empresa GUGGA começou a explorar os modelos de negócios online tendo criado em 2015, juntamente com uma equipa de criativos, o primeiro museu virtual, interativo e temático do mundo, www.coffeemuseum.com, sendo por isso uma apaixonada pelo universo digital e de todas as suas potencialidades.

Em nome da empresa GUGGA integra o grupo de trabalho do setor do “Turismo” da iniciativa “Indústria 4.0” lançado pelo governo em abril de 2016.

É, há mais de uma década, consultora e formadora em projetos de Investigação e Desenvolvimento Tecnológico e Inovação (I&DT+I) e de engenharia em controlo estatístico do processo, Lean e 6 Sigma.

No IPEiria é professora Especialista em Engenharia e Gestão Industrial e as pós-graduações em 6 Sigma e Auditores de HACCP.

Certificada em Six Sigma Black Belt pela American Society for Quality desde 2007.

Licenciada em Engenharia Química, Mestre em Instrumentação, Manutenção Industrial e Qualidade e completou com sucesso o curso PAGE – Programa Avançado de Gestão de Executivos da Universidade Católica Portuguesa.

Cronista do semanário Região de Leiria, oradora em várias conferências e organizadora de eventos TEDx.

Mãe de três filhos e adora trail running.

Frederico Carvalho



Frederico Carvalho é consultor de vendas online, managing director da SMSonline.pt e fundador/organizador do CLICKSUMMIT.org - conferência de marketing e vendas online.

Colabora nas estratégias de crescimento de negócios com foco nos canais digitais, fornecendo orientação, formação e suporte para pequenas e médias empresas, bem como gestores em todo o mundo lusófono.

Com 10 anos de experiência na área da criação e promoção digital, que advieram da criação da sua própria empresa e da colaboração com empresas tais como IKEA, Rock in Rio, ELOGIA, Grupo ActualSales, Grupo L'Oréal, GeoStar, PHC Software, Accenture, Delta Cafés, angariando uma visão alargada para dinamizar técnicas inovadoras e eficazes de Marketing e Vendas Online.

É formador em empresas e instituições várias com foco na optimização de ferramentas digitais e partilha de metodologias que facilitem o aumento de conversões através da captação de leads e sequências de venda.

Mário Alcântara



Mário Alcântara, licenciado em Gestão de Empresas e pós-graduado em Antropologia Social, trabalha em marketing digital há mais de 18 anos.

Na sua carreira assumiu o cargo de diretor de projetos na Publicis, diretor geral na Ogilvy Interactive, head of office da Tribal DDB, e diretor de digital e planeamento estratégico na DDB.

Conta no seu portfólio projetos com marcas tão importantes como a Volkswagen, Nestlé, Oracle, IBM, SAP, Unilever, Continente, Roche, Hasbro, entre outras.

É atualmente CEO da consultora Buzzbeat, especializada em modelação de negócios e estratégia digital.

Raquel Gonçalves



Raquel Gonçalves é Diretora de Planeamento Estratégico da Wunderman Portugal, agência líder mundial em Digital&CRM, onde trabalha com marcas de referência nacionais e internacionais, em projetos de CRM, Social e Digital.

Antes de ingressar na Wunderman, esteve 6 anos na Proximity Portugal, primeiro como account e depois como estratega. Ao longo da sua carreira, conquistou vários prémios, entre os quais um Leão de Bronze em Cannes em 2004 e um Grande Prémio nos Prémios à Eficácia em 2013.

Licenciada em Gestão de Empresas pelo ISCTE, tem uma Pós-Graduação em Marketing Financeiro pela CEMAF-INDEC (ISCTE). É Professora convidada no Executive Master da Universidade Europeia e formadora da Academia APAN.

Paulo de Vilhena



Paulo de Vilhena é o presidente da Oakmark, Lda. Tem um MBA pela Universidade Católica Portuguesa, é practioner em PNL e coach de Negócios e Executivos.

Em 2008, foi votado, na Internet, como um dos futuros líderes empresariais do nosso País e, em 2009, foi finalista do prémio para a pessoa mais motivadora de Portugal na categoria de Top Management.

Empresário com interesses em vários sectores de atividade, Paulo escreve também para várias publicações nacionais sobre temas como crescimento de negócios, vendas, liderança e desenvolvimento pessoal, intervindo como orador em Seminários e Workshops por todo o País e no estrangeiro.

Escreveu vários textos para o livro “O Seu Destino é Você Quem Faz!”, publicado no Brasil pela Soler Editora em 2008. Em abril de 2010, publicou

a sua primeira obra de autor O Livro Secreto das Vendas – O Mapa Mental dos Super Comerciais Desvendados, que na primeira edição esgotou em apenas três meses. Atualmente, o livro vai na sua quinta edição, sendo considerado o livro de vendas mais vendido em Portugal.

Em março de 2012, publicou a sua segunda obra O Livro Secreto do Crescimento de Negócios onde faz uma abordagem transversal a todas as áreas do crescimento empresarial, concentrada de uma forma objetiva em todos os aspetos que deve um empresário assegurar, para que os seus resultados sejam os que deseja.

Em junho de 2013, foi lançado o seu livro O Mapa da Independência Financeira, em 2014, em coautoria com Nuno Gomes, A Arte da Guerra nas Vendas e mais recentemente a sua última obra Tudo o que aprendeu sobre vendas está errado.

Business coach de alguns líderes empresariais no nosso País é no palco que o Paulo se sente no seu melhor, ao sentir que pode “tocar” mais gente num mais curto espaço de tempo e dessa forma caminhar mais depressa para a sua visão de “otimizar a performance humana em ambiente empresarial”.

Marco Gouveia



Formador e Consultor de Marketing Digital com mais de 10 anos de experiência em Search Engine Marketing, nas vertentes de SEO e SEA, especialmente Google AdWords, e com resultados notáveis em várias indústrias e mercados.

Atualmente também é responsável pelo departamento de Online Efficiency & Reputation no Grupo Pestana e Google Regional Trainer.

Bruno Amaral



Bruno Amaral é fundador e diretor geral da Diamond by BOLD, que atua na vertente de Consultoria e Estratégia, Desenvolvimento de Websites e Aplicações, Campanhas de fidelização e motivação, Usabilidade, Analytics, SEO, entre outros.

É ainda Digital Marketing Diretor da BOLD Internacional. Antes desempenhou o cargo de diretor de operações de uma agência de Marketing Digital de referência, onde coordenou as áreas operacionais da empresa em Marketing Online.

Licenciado em Engenharia Informática e de Computadores pelo Instituto Superior de Engenharia de Lisboa, tem coordenado e liderado equipas de desenvolvimento em diversos projetos web desde 2007 para empresas e marcas de referência em setores

como Indústria, Turismo, Automóvel, entre outros.

É ainda engenheiro certificado Zend e tem uma vasta experiência em vários projetos de tecnologias de informação. Formador certificado pelo IEFP, é professor regente de Web Analytics na NOVA IMS, leciona Analytics e Reports desde 2011 na EDIT e, desde 2013, na Flag.

Realizou ainda diversos workshops e palestras em SEO e Aplicações para Redes Sociais na Flag.

Luciano Larrossa



Um apaixonado por ténis, foi tenista profissional e mais tarde professor de ténis no clube de ténis de Alcobaça. Formado em Comunicação Social, em Leiria, Luciano Larrossa é especialista no gerenciamento de anúncios no Facebook, onde ajuda as empresas a alavancar as vendas através da maior mídia social do mundo. Trabalhou como jornalista freelancer, onde criou conteúdos para a “Amortie”, a “Região Cister” e para o blog “Escola Freelancer” e, atualmente é editor de conteúdos para a “Apptuts”. Foi autor do primeiro ebook em língua portuguesa sobre Facebook Marketing e do livro “Facebook Para Negócios”. Assim como o criador de vários cursos online como é o exemplo do “Facebook Ads 360” e “Chatbots Para Negócios”. Considerado um dos 6 melhores profissionais de Facebook Ads do Brasil, segundo a Alexandria Marketing.

André Novais de Paula



Formado em Marketing e Publicidade pelo IADE com a especialização em Marketing, é o responsável de Estratégia Criativa na Directimedia. Tem desenvolvido a sua atividade dentro do Marketing Relacional com ênfase em campanhas integradas de Cross-Media. Atualmente é o responsável pelo módulo de Meios Digitais na Pós-Graduação em Marketing Digital no IPAM, deu aulas de Planeamento e Avaliação de Campanhas no ISCTE-IUL – INDEG Business School no Mestrado Executivo de Marketing Relacional e Comunicação. É também orador habitual em Conferências nacionais e formações sobre a temática de Marketing Relacional e Digital.

João Ferreira Pinto



João Ferreira Pinto é advogado especializado nas áreas do Direito Digital, Dados Pessoais, Propriedade Intelectual online, Cibersegurança e Ciberdefesa.

Atualmente é senior partner da João Ferreira Pinto & Associados, Soc. Advogados (Prémio “PME Digital 2014”, ACEPI - Associação da Economia Digital).

É mestrando em Segurança da Informação e Direito do Ciberespaço (IST/FDUL/EN).

João Ferreira Pinto é também docente universitário lecionando Dados Pessoais, Direito Digital - Faculdade de Direito da Universidade de Lisboa (FDUL) e IPAM (Instituto Português de Administração e Marketing).

É igualmente formador da Ordem dos Advogados (informática jurídica).

Recebeu um prémio “Menção Honrosa” 2014 da Agencia Española de Protección de Datos (AEPD): Obra de Investigação Colectiva “Protección de Datos y Habeas data: una visión desde Iberoamérica”.

É ainda diretor da Digital Marketers - Associação de Profissionais de Marketing Digital.

Paulo Faustino



Paulo Faustino é o fundador da Escola Dinheiro e da rede educacional de blogs Escolas+.

Empreendedor, investidor e blogueiro em full-time, dedica a sua vida ao desenvolvimento de projetos para a internet, contando já com alguns dos mais reconhecidos blogs do Brasil e Portugal.

Paulo é também redator convidado do portal iMasters do Brasil, viciado em WordPress e palestrante internacional, tendo já participado em eventos de grande renome, como a ExpOn 2011 de São Paulo, o WordCamp 2011 de Lisboa, o Search Masters Brasil 2012 do Rio de Janeiro, entre outros.

Paulo Faustino é ainda cofundador do evento Afiliados Brasil e um defensor da utilização de programas de afiliados como forma de monetização de sites e blogs na internet.

Ana Mendes



Especialista na utilização das Redes Sociais em contexto empresarial. Docente da cadeira de Social Media na Porto Business School. É parceira da ANJE, Câmara de Comércio e Indústria Portuguesa, Associação Portuguesa de Anunciantes e Associação Nacional dos Óticos.

No seu portefólio de empresas formadas encontram-se a Cetelem, Sumol-Compal, Unilever entre muitas outras empresas nacionais e internacionais.

Desde 2011 já formou mais de 3000 formandos em Facebook Marketing, Publicidade no Facebook e Gestão de Redes Sociais para Empresas.

Formada em Marketing (IADE) e Direito (Universidade Católica Portuguesa) com pós-graduação em Marketing Digital (IPAM) e Marketing Relacional (IADE). Especializou-se nos EUA em Social Media.

Desempenhou funções como Responsável de Marketing durante 10 anos em multinacionais francesas.

É oradora frequente em congressos e seminários da especialidade.

Pedro Caramez



Presentemente um dos poucos palestrantes e consultores dedicado quase em exclusivo à rede LinkedIn com clientes em Portugal e Brasil.

Escreveu o livro: “Como Ter Sucesso no LinkedIn” em 2013.

Atualmente, mantém ainda atividade como professor universitário em várias universidades portuguesas e apoia várias startups.

Vasco Marques



Vasco Marques é licenciado e mestrando em Gestão e Negócios, MBA com especialização em Sistemas de Informação e e-Business. É Microsoft Certified Trainer (MCT) e Google Certified Professional. Já realizou e participou em centenas de eventos e formou mais de 10.000 profissionais.

Consultor de empresas de referência em contexto nacional e internacional. Docente e formador em entidades prestigiadas: IPAM, Universidade do Minho, ISVouga, IESF, TecMinho, ANJE e APQ.

Docente no ensino superior e CEO & Founder da empresa W2B, onde desenvolve soluções de Marketing Digital e Negócios na Internet. Autor do livro Marketing Digital 360.

Vera Maia



Licenciada em Ciência da Comunicação e Pós-graduada em Marketing Digital pelo IPAM. Apaixonou-se pelo Marketing Digital ainda nos corredores da Universidade e dedicou todo o seu percurso profissional a esta área, especializando-se na área de E-commerce/E-business.

A sua carreira iniciou-se no departamento de Marketing do Well-domus, um Ginásio e Spa na Foz do Douro. Dos serviços ao retalho, ingressou na equipa de Novos Negócios Digitais da Salsa onde aliou o digital à moda: a sua segunda paixão. Depois de contribuir durante quase 4 anos para o crescimento da marca e vendas online, abraçou um novo projeto ligado ao E-Commerce no Dubai.

A sua experiência internacional e profissional abriu, não só as portas ao Mundo, como permitiu receber convites para regressar a Portugal e gerir o Marketing Digital de uma das mais promissoras startups Nacionais.

Hoje, dedica-se ao desenvolvimento de E-Commerce e estratégias de venda online - com clientes de vários setores - e dá aulas em várias temáticas do Marketing Digital, incluindo Search Engine Optimization, Search Engine Marketing, Google Adwords e Analytics e E-Commerce.

Inês Lisboa



Professora Adjunta na Escola Superior de Tecnologia e Gestão do Instituto Politécnico de Leiria. Coordenadora do curso de Mestrado em Controlo de Gestão da ESTG/IPLeiria. Investigadora efetiva do Centre of Applied Research in Management and Economics (CARME) do IPLeiria. Para além da atividade de docente onde leciona unidades curriculares na área de análise de investimentos, projeto (planos de negócio e sua avaliação financeira), finanças empresariais e controlo de gestão, tem realizado eventos de formação de executivos e consultoria nas mesmas áreas.

Doutorada em Economia Financeira e Contabilidade, com especialidade em Empresas Familiares, pela Universidade da Extremadura, Espanha (Título da tese: “Diferenças entre Empresas Familiares e Não Familiares. Evidência para os Mercados Bolsistas Português e Espanhol.”). Mestre em Finanças, pelo ISCTE (Título da dissertação: “Does Ownership Influence Performance? Evidence From Europe.”). Licenciada em Organização e Gestão de Empresas, pela Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra.

É autora de alguns artigos publicados internacionalmente e avaliadora de algumas conferências. Tem participado em diversas conferências nacionais e internacionais.

Raquel Antunes



O seu caminho iniciou-se pelo design, que exerceu em empresa, mas a crescente necessidade de conhecimento levou-a a sair da rotina, abraçando um doutoramento de gestão de design na Universidade de Aveiro. A articulação das temáticas enriqueceu e despoletou o ensino – a sua grande paixão.

Atualmente leciona em duas universidades, casando o marketing (ESTG-IPL) com o design gráfico (Universidade Lusíada do Norte) combinando-o muitas vezes com o webdesign e o marketing digital. O seu percurso de professora iniciou-se em 2011 e passou por algumas instituições como o IADE, ISMT, ESTAL e ESTGM.

No ensino é coordenadora do ano e regente de disciplinas, orienta trabalhos de investigação e é júri de provas; como freelancer participa em palestras, organiza eventos e realiza projetos na área do design e do marketing.



Pós-graduação

GESTÃO DE NEGÓCIOS

ONLINE



www.gestaonegociosonline.pt



formacao.executivos@ipleiria.pt



35 ANOS

iddnet
TECHNOLOGY NETWORK