



**POLITÉCNICO
DE LEIRIA**

ESCOLA SUPERIOR
DE TECNOLOGIA
E GESTÃO

Pós-Graduação em Marketing Digital



Índice

Apresentação	3
Objetivos	4
Estrutura do Curso	5
Metodologias	6
Avaliação e Certificação	6
Destinatários	8
Condições de Acesso e Seriação	8
Programa e Formadores.....	10
Duração Calendário Local	11
Informações	12
Biografia dos formadores.....	13
Apoios/ligações institucionais.....	16
Serviço de apoio	16



Escola Superior de Tecnologia e Gestão

Morro do Lena, Alto do Vieiro, 2411 - 911 Leiria

Apresentação

O crescimento do acesso à internet no mundo inteiro e a evolução das tecnologias e a sua adoção por empresas e consumidores conduziram a uma grande dependência tecnológica dos mercados em geral. Esta evolução proporcionou a existência de um reconhecido paradigma socioeconómico que condiciona a dinâmica dos mercados e o comportamento dos consumidores. Sob este paradigma o cidadão em geral comunica, partilha experiências, efetua transações, aprova e reprova serviços ou produtos adquiridos.

As plataformas tecnológicas e os meios de comunicação, em geral, representam o ponto de encontro e de contacto entre consumidores e agentes económicos. Atualmente, não se espera apenas que uma empresa ou uma marca de produto ou de serviço possua uma página web, como também se tem a expectativa de mais informação relacionada – conteúdos. Neste contexto, surgem novas oportunidades de negócio e reestruturam-se os existentes.

O Marketing Digital apresenta-se como uma abordagem que permite, através de estratégias bem definidas e ações concretas, tirar partido deste paradigma e alavancar a atividade das empresas. É nesse sentido que a ESTG oferece o Curso de Pós-Graduação em Marketing Digital que visa, através de um plano de estudos estrategicamente definido, a aquisição de competências que permitam conceber, criar, planificar e executar campanhas e atividades de marketing baseadas nos domínios do digital. Este curso caracteriza-se pela predominância de conteúdos práticos, ministrados por um corpo docente composto por profissionais e académicos com competências e notoriedade na área.

Objetivos

O objetivo do curso é o de desenvolver competências de marketing com suporte digital, equilibrando a prática com a fundamentação teórica de modo a capacitar os participantes para novos desafios profissionais. Ao longo do curso, pretende-se proporcionar a aplicação dos conceitos, metodologias e ferramentas digitais, em novos modelos de negócio ou já existentes, fomentando o *learning by doing*. Para isso contribui a realização de um projeto de criação de uma *start-up* ou de digitalização de um negócio já existente, antecedido de um plano de marketing digital.

Deste modo, o Curso de Pós-Graduação em Marketing Digital possibilita uma visão **360°** do marketing digital, contribuindo para o desenvolvimento do raciocínio estratégico.

No final do Curso os formandos terão adquirido as seguintes competências:

1. Ter noção do papel e domínio do paradigma de comunicação por meios tecnológicos, assim como das suas principais ferramentas;
2. Integrar estratégias de marketing *online* e *offline*;
3. Elaborar e implementar de planos de Marketing Digital;
4. Conceber e definir websites, blogs, fóruns, participação em redes sociais ou mesmo utilização de recursos web em prol da dinamização desejada nesses meios;
5. Desenvolver de ações de marketing em multiplataforma tecnológica;
6. Elaborar e avaliar relatórios analíticos de atividade relativos a campanhas desenvolvidas;

- Supervisionar e monitorizar campanhas e ações de marketing: implementação de ações corretivas de modo a melhorar a performance das mesmas.

Estrutura do Curso

Módulos	Carga horária	ECTS
M1- Seminário	7	1
M2- Marketing na Era Digital	14	2,5
M3- Gestão e Segmentação de Clientes	14	2,5
M4- Criatividade e Web Design	28	3,5
M5- Publicidades e Motores de Busca	35	5
M6- Marketing de Conteúdos	21	3
M7- Mobile Marketing	7	1
M8- Marketing nas Redes Sociais	21	3
M9- Vendas on-line	14	2,5
M10- Estratégia e Plano de Marketing Digital (Projeto Final)	35	5

Duração Total: 196 Horas

Nº Total de ECTS: 29

Metodologias

A formação contínua é fundamentalmente presencial com controlo de presenças às aulas. No entanto, a componente teórica pode ser lecionada através de meios telemáticos.

As aulas são teórico-práticas, orientadas para resultados.

Os métodos de ensino são expositivo, demonstrativo e interrogativo.

Os participantes têm acesso a materiais em *pdf* de apoio às aulas, disponibilizados na plataforma de *e-Learning Moodle*. Nessa plataforma também terão acesso a fóruns de comunicação e outros recursos.

A avaliação da aprendizagem é realizada de forma presencial por intermédio de atividades desenvolvidas em contexto das sessões de formação e através de trabalhos desenvolvidos autonomamente e que podem fazer parte integrante do trabalho final.

Avaliação e Certificação

Terminadas as aulas os participantes são avaliados com base num trabalho final realizado numa lógica integradora e transversal, que pode assumir a forma de um plano de negócio ou de um plano de marketing digital. Este trabalho final pode ser realizado individualmente ou em grupos de 2 elementos. É a aprovação a esse trabalho que dá acesso ao certificado de conclusão do Curso de Pós-Graduação em Marketing Digital.

O trabalho final é composto por um trabalho escrito que carece de uma apresentação e apresentação pública que decorrerá, em princípio, na última

sessão presencial. Há duas épocas para a entrega do trabalho escrito e respetiva discussão pública, cujas datas serão atempadamente anunciadas. O estudante que não entregue e discuta o trabalho da primeira data anunciada ou que, nessa data, não obtenha aprovação, poderá submeter-se a idêntica avaliação na segunda data. Não são admitidas melhorias de classificação.

No final do Curso de Pós-Graduação em Marketing Digital Curso, os participantes que não se submeteram a avaliação ou não obtiveram aprovação, receberão um certificado de presença caso tenham garantido a assiduidade em, pelo menos, 75% das horas totais de formação.

Atenção!

- Os formandos devem trazer o seu computador pessoal;
- A assiduidade é fundamental – a formação é contínua e impõe horas de contacto (presencial);
- A aprendizagem dos conteúdos lecionados em aula requer também trabalho autónomo do formando;
- Poderão ser usadas outras formas de avaliação formativa e sumativa sempre que considerado adequado. Cabe à equipa pedagógica colaborar e orientar o processo de avaliação formativa de forma contínua ao longo de todo o processo. As eventuais situações que se encontrem omissas serão objeto de tratamento e decisão por parte do Gestor de Formação em conjunto com a Coordenação Curso de Pós-Graduação em Marketing Digital.

Destinatários

1. Licenciados da área de marketing ou afins com expectativas de expandir ou complementar os seus conhecimentos e competências para domínios do marketing digital;
2. Profissionais e empreendedores que objetivem a presença nos meios digitais;
3. Empreendedores que desejem tirar partido, de modo eficaz e eficiente, das dinâmicas geradas em contextos e redes digitais;
4. Gestores e responsáveis de comunicação, publicidade ou marketing com expectativas de evoluir as suas competências em meios tecnológicos;
5. Responsáveis de empresas com ambição de complementar ou expandir as suas estratégias comerciais para domínios das redes sociais e meios de comunicação digitais;
6. Profissionais e licenciados em geral que desejem especializar-se em Marketing Digital.

Condições de Acesso e Seriação

Condições de acesso e ingresso

Podem candidatar-se:

- a) Titulares do grau de licenciado ou equivalente legal nas áreas do Marketing ou afins;
- b) Titulares de um grau académico superior estrangeiro, conferido na sequência de um 1.º ciclo de estudos organizado de acordo com os princípios do Processo de Bolonha por um Estado aderente a este Processo nas áreas do Marketing ou afins;

c) Titulares de um grau académico superior estrangeiro que seja reconhecido como satisfazendo os objetivos do grau de licenciado pelo conselho técnico-científico da escola;

d) Detentores de um currículo escolar, científico ou profissional, que seja reconhecido como atestando capacidade para realização desta formação pelo júri de seriação dos candidatos. *

Critérios de seleção e seriação:

1 - A seleção dos candidatos é feita pelo júri de seriação dos candidatos, tendo em consideração o currículo dos candidatos.

2 - Na seleção dos candidatos o júri faz uma avaliação global do percurso do candidato, com base nos seguintes critérios, considerados por ordem decrescente de prioridade:

- a) Grau Académico (GA);
- b) Currículo profissional (CP)
- c) Média obtida em cada grau académico (MGA);
- d) Currículo técnico-científico (CTC).

3 - Os candidatos são seriados de acordo com a pontuação obtida na seleção. Cada critério assume valores num intervalo [0,1]. Aplicar-se-á para obtenção da pontuação a seguinte fórmula: $(4*GA+2*MGA+3CP+CTC)/10$

4 - Em caso de empate, será dada preferência à ordem de inscrição dos candidatos.

Júri de seriação:

Alzira Marques

Filipe Pinto

Cátia Crespo

* Os candidatos colocados apenas com base no currículo profissional, sem serem titulares de um curso de licenciatura, em vez de obterem no final de curso um certificado de pós-graduação, obtêm um certificado de especialização em Marketing Digital.

Programa e Formadores

Módulos	Programa	H	Formador*	
M1 - Seminário	A definir	3,5h	A definir	
	A definir	3,5h	A definir	
M2- Marketing na Era Digital	O impacto da tecnologia no comportamento do consumidor e no marketing Desafios do Marketing no contexto digital	14h	Alzira Marques	
M3- Gestão e Segmentação de Clientes	Data base Marketing	7h	Filipe Pinto	
	Web CRM: Estudos de caso	7h	Nuno Vale Ferreira	
M4- Criatividade e Web Design	Design e Publicidade Gráfica	14h	Susana Azevedo	
	Wordpress e Landing Pages	14H	Diogo Silva	
M5- Publicidades e Motores de Busca	SEO (Search Engine Optimization) SEM (Search Engine Marketing) Web Analytics	35h	Miguel Maio	
M6- Marketing Conteúdos	Blogesfera e Content Marketing Video Marketing	14h	Vasco Marques	
	E-mail Marketing	7h	Filipe Pinto	
M7- Mobile Marketing	Tendências Aplicações Geomarketing	7h	Nuno Vale Ferreira	
M8- Marketing nas Redes Sociais	Gestão de Páginas e Gestão de Conteúdo de Facebook	7h	Eduardo André	
	Anúncios de Facebook e Instagram	7h	Eduardo André	
	Linkedin: perfis, técnicas de prospeção e desenvolvimento de contactos, publicidade e medição de resultados	7h	Pedro Caraméz	
M9- Vendas on-line	E-Commerce Marketing Afiliados	14h	Guilherme Coelho	
M10- Estratégia e Plano de Marketing Digital (Projeto Final)	Formulação Estratégia de Marketing Digital (Plano)	7h	Alzira Marques	
	Projeto de Marketing Digital:	7h	Filipe Pinto	
	Acompanhamento/orientação do Projeto Final		7h	Alzira Marques
			7h	Filipe Pinto
	Apresentação do Projeto Final	7h	Filipe Pinto Alzira Marques	

* Pode ser necessário fazer ajustes no corpo docente.

Duração | Calendário | Local

Duração Total: 196 Horas, decorre num período máximo em 15 meses, incluindo aulas e avaliação.

Horário: aulas presenciais a realizar de preferência quinzenalmente aos sábados das 9h30 às 17h30 e aulas online a realizar em horário pós-laboral, de preferência à sexta-feira, com a duração máxima de 3,5 horas.

Local: Edifício D da ESTG, Sala D.S.1.2

Calendário previsto: Início de aulas previsto para meados de janeiro de 2022 e fim de aulas, incluindo período de avaliação, para março de 2023 (calendário a ser divulgado oportunamente).

Informações

Coordenação: Alzira Marques

Preço: 2150 €

Pagamentos:

Taxa de candidatura: 60 €, no ato da candidatura

Desconto de pagamento integral: 10%

Desconto para alunos ou diplomados pelo Politécnico de Leiria: 5%.

(os descontos não são acumuláveis)

Parcelamento da propina da seguinte forma:

Primeira prestação na data da matrícula 350€ ou 243€, se aplicável o desconto de 5%, previsto para os alunos diplomados pelo Politécnico de Leiria (1ª prestação da propina), e 12 Prestações mensais de 150 € até ao dia 10 de cada mês, exceto no mês de agosto.

Recomenda-se a leitura do Regulamento do Pagamento de Propinas e outras Taxas de Frequência do Instituto Politécnico de Leiria, aprovado pelo Despacho n.º 9704/2015, de 25 de agosto.

Nº de vagas: 20

Candidaturas:

As candidaturas são efetuadas no site <http://candidaturas.ipleiria.pt/>

Preenchimento de ficha de candidatura e anexar Curriculum Vitae.

A seleção dos candidatos será feita por avaliação curricular.

Matrículas:

A matrícula e o pagamento da 1ª prestação são feitos *online*, de acordo com as datas a indicar, por email, aos candidatos selecionados.

Biografia dos formadores



Alzira Marques
Coordenadora da pós-graduação
Docente no Instituto Politécnico de Leiria

Professora coordenadora na área de Marketing, na Escola Superior de Tecnologia e Gestão do Instituto Politécnico de Leiria, doutora em Organização e Gestão de Empresas, na especialidade em Estratégia e Comportamento Organizacional, na Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra. Leciona nas áreas do Marketing Estratégico, Relacional e de Convergência e na área da Estratégia e do Planeamento. Membro efetivo do CARME - Center of Applied Research in Management and Economics, onde tem desenvolvido investigação na área do Marketing Relacional e tem um livro publicado sobre esse tema. A atividade científica está disponível em <https://orcid.org/0000-0001-6607-852X>. Perita de avaliação de ciclos de estudo nomeada pela A3ES, desde 2013.



Filipe Mota Pinto
Docente no Instituto Politécnico de Leiria

Doutorado em Tecnologia e Sistemas de Informação pela U. do Minho desde 2009 onde é investigador sénior no centro Algoritmi. É Professor Adjunto do departamento Eng^a Informática do Instituto Politécnico de Leiria, Portugal. Baseado no seu background tecnológico, as suas áreas de interesse são os Sistemas de Informação, as Bases de Dados, a web 3.0 (semântica e ontologias) e o Marketing Digital. Como Professor colaborou já com diferentes universidades em diversos países no ensino ou no desenvolvimento de promoção ou investigação cruzada. Como investigador foi autor, moderador, autor de trabalhos, revisor ou membro de comités em diferentes conferências, jornais científicos ou revistas. É autor de cursos de pós-graduação para executivos, membro de comissões científicas de cursos de licenciatura ou mestrado e foi já coordenador de cursos em diferentes níveis de ensino. Atualmente é Presidente da direção da EURAFITAR (associação europeia de investigadores para a promoção da transferência e aplicação de conhecimento) e membro do conselho de administração do Parque Tecnológico de Óbidos. Foi ainda fundador de duas empresas spin-off na área das tecnologias e marketing digital.



Nuno Ferreira
Digital & Mobile Strategy Product/Project Manager – DIA Group (FMCG)

Nuno Ferreira é Head of e-Commerce and Marketplace na Leroy Merlin. Foi gestor de Projetos Digitais (E-commerce e Apps de fidelização, Gestão de Loja e B2b –Franquias) no DIA Group e Diretor de E-commerce no Grupo Sonae (Deeply e Berg Outdoor), Online Business Development Manager no Grupo Redcats (La Redoute, Verdaudet), atuando em vários projetos e mercados. Licenciado em Sistemas de Informação, frequentou o Master em Sistemas de Informação na Universidade de Coimbra e Pós-Graduado em Marketing Digital, pelo IPAM.



Miguel Maio
Especialista em SEO na Mercedes

Licenciado em Comunicação Social e pós-Graduado em eBusiness, ambos pela UCP Lisboa, é certificado pela Google em publicidade AdWords (Search, Mobile, Video, Display Advertising) e ferramentas de medição de tráfego, Google Web Analytics.

É Responsável por todo o planeamento e implementação digitais de SEO para sítios Web portugueses da Mercedes-Benz.

Desde 2009 que também se dedica à docência em Marketing Digital sendo Professor Convidado em diversas instituições do ensino superior e pós-graduações. O seu caminho profissional está marcado pelo universo de agências de meios da WPP/Groupm, nomeadamente como Head of Digital na Maxus Portugal e pela unidade de Performance Marketing do Groupm Interaction. Entre 2014 e 2016 foi Director de Operações Xaxis, a unidade de publicidade programática do Groupm. De 2010 a 2014 foi Head of Search no Groupm com responsabilidade na organização e gestão das equipas e projetos SEO/SEM. Foi – entre 2007 e 2010 - Director de Marketing da ILX onde desenvolveu estratégias digitais e serviços de SEM e SEO bem como atividades comerciais. Entre 1998 a 2007 foi responsável pelo desenvolvimento dos projetos online da R/Com Renascença, RFM e Mega Hits (ex-MEGA FM) e também passou pelo desenvolvimento de parcerias e conteúdos do portal SAPO.



Diogo Silva
PPC, SEA, CRO, Web Analytics and SEO Freelance Consultant

Licenciado em Gestão de Marketing no Instituto Português de Administração de Marketing esteve em Colónia, Alemanha, durante 3 anos, como Business Developer numa incubadora de startups participando na criação e crescimento de várias empresas.

Voltando a Portugal, encontra a BestGuide Portugal, como Gestor de Marketing, para assistir no lançamento e desenvolvimento da empresa em estratégias de SEO e CRO. Após este período, mudou-se para o GroupM, o maior grupo de media mundial, onde trabalhou sobretudo várias ferramentas de SEA e Analytics.

Hoje, encontra-se como Freelancer de SEO, SEA, CRO e Web Analytics em várias empresas fora e dentro do país e Professor em várias escolas.



Eduardo Miguel André
Head of Social Media na NOSSA™

Licenciado em Gestão de Marketing, apaixonou-se pelo MySpace em 2008, ano em que a começou a dar os primeiros passos nas redes sociais. Em 2010 frequentou a 1ª edição da Pós-Graduação em Marketing Digital do IPAM, entrando para o Automóvel Club de Portugal para ativar o evento Rally de Portugal, no início de 2011.

No mesmo ano, troca o ACP pelo Sporting Clube de Portugal e passa 2 épocas desportivas a coordenar todas as redes sociais do clube. Passou por agências de meios internacionais (GroupM e MediaEdge Cia), onde trabalhou a presença de várias marcas nas redes sociais: Alfa Romeo, Fiat, Coca-Cola, Vodafone, CUF, KLM, Boticário, Toshiba, Centrum, Nivea. Entre 2017 e 2021 liderou a equipa de social media do Observador, meio de comunicação social líder no ambiente digital português. Atualmente dirige o departamento de redes sociais e design/criatividade para redes sociais na agência NOSSA™.



Guilherme Coelho

Co-founder da Alterway e Country Developer na Incubeta Portugal

Entusiasta da área digital desde 2012, é formado em Gestão e Engenharia Industrial pela Universidade do Porto. Sempre viu nos processos de otimização industriais uma forma de melhorar o Marketing Digital.

Marketer de vocação, alia a capacidade analítica com o conhecimento técnico de implementação. Trabalhou na Adclick, Impacting Group e na Kwanko Group, onde geriu marcas como Cofidis, Credibom, N Seguros, IMF, Barclayscard, IMF, entre outras. Foi Digital Manager do importador do grupo Volkswagen, responsável por uma equipa de interação digital (Content and Community Managers) e por todos os investimentos digitais das marcas detidas pela SIVA (Volkswagen, Audi, Škoda, Bentley e Lamborghini). É professor convidado de várias instituições tais como: ISCTE Executive Education; Católica Lisbon Business & Economics; Lisbon Digital School; Leiria Business School entre outras.



Pedro Caraméz

Formador e consultor em Marketing Digital

Formador e consultor em marketing digital. Nos últimos anos dedicado em exclusivo a estudar, analisar, testar e ajudar empresas e negócios com a sua presença na internet e como potenciar os seus resultados com a ajuda das redes sociais, com grande foco em LinkedIn. Autor do livro "Como ter sucesso no

linkedin"



Susana Azevedo

Designer Freelancer

Licenciada em Design de Equipamento pela Escola Superior de Artes e Design em Matosinhos – Porto, possui vasta experiência como Designer em Gabinetes de Design e Arquitetura tendo trabalhado até 2006 em empresas industriais de vários ramos, desenvolvendo o produto desde a sua criação, à sua divulgação em suportes gráficos para inserção no mercado. Atualmente trabalha como freelancer atividade que acumula com docência quer no ensino superior quer no profissional.



Vasco Marques

Formador e consultor em Marketing Digital, CEO da Web2Business.

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. CEO & Founder da empresa W2B onde desenvolve soluções de Marketing Digital e Negócios na Internet. Autor dos livros Marketing Digital 360, Vídeo Marketing e Redes Sociais 360. Com intervenção regular na comunicação social, participa ainda semanalmente na TV – Porto Canal – no programa "Olá Maria" com uma rubrica sobre Redes Sociais.

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

Apoios/ligações institucionais



<https://www.webhs.pt/>



<https://www.leiriabschool.com/>

Serviço de apoio

Escola Superior de Tecnologia e Gestão do Instituto Politécnico de Leiria
Morro do Lena, Alto do Vieiro, 2411 - 911 Leiria.

SPG – Secretariado de Pós-Graduações e Formação Contínua

Localização: Gabinete B1D3, 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