

**POLITÉCNICO
DE LEIRIA**

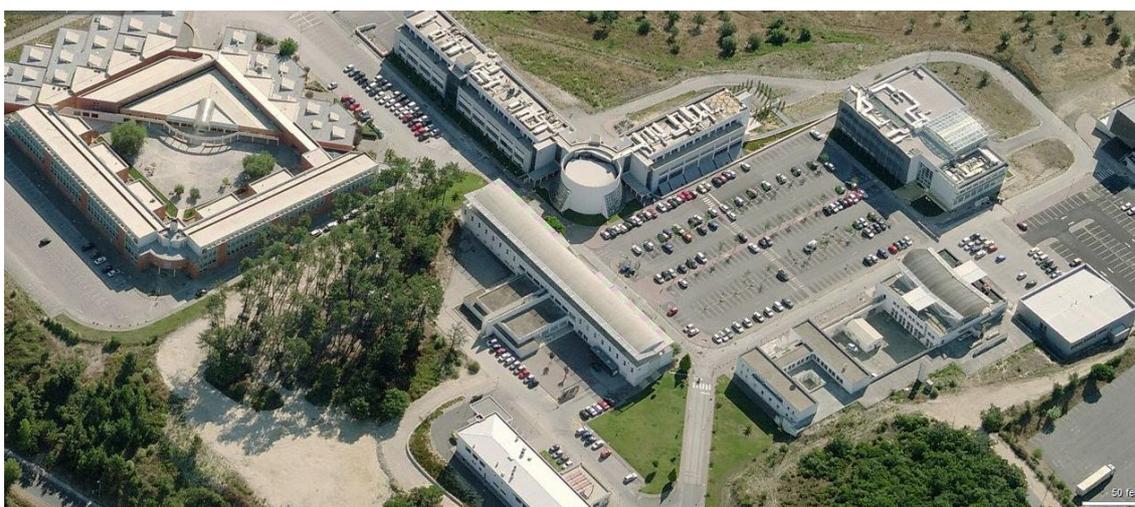
ESCOLA SUPERIOR
DE TECNOLOGIA
E GESTÃO

Pós-Graduação Marketing Digital



Índice

Apresentação	3
Objetivos	4
Destinatários	6
Condições de Acesso e Seriação	7
Plano de Curso	8
Metodologias	8
Programa e Formadores.....	9
Avaliação e Certificação	11
Duração Calendário Local	12
Informações	12
Biografia dos formadores.....	14
Serviço de apoio	17
Testemunhos.....	18



Escola Superior de Tecnologia e Gestão

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

Apresentação

A rápida expansão do acesso à internet em todo o mundo, aliada à evolução exponencial das tecnologias, tem transformado profundamente a maneira como empresas e consumidores interagem, criando uma dependência tecnológica cada vez mais evidente nos mercados globais. Esta revolução tecnológica deu origem a um novo e dinâmico paradigma socioeconómico, que molda tanto os comportamentos dos consumidores quanto as estratégias das organizações.

Nesse contexto, o cidadão moderno não apenas comunica e partilha experiências, mas também realiza transações, avalia produtos e serviços e influencia decisões de mercado de maneira imediata e amplificada. As plataformas digitais e os meios de comunicação tornaram-se verdadeiros centros de conexão, onde consumidores e agentes económicos se encontram, trocam informações e cocriam valor.

Hoje, espera-se muito mais das empresas do que a simples presença digital. Uma página web ou perfis em redes sociais já não são suficientes. O consumidor exige conteúdos relevantes, personalização e interatividade – uma experiência que cativa, eduque e envolva. Esse novo cenário abre portas para oportunidades inéditas de negócio, fomenta o empreendedorismo digital e força uma reestruturação das estratégias tradicionais.

É neste ambiente em constante evolução, marcado pela ascensão de tecnologias como a Inteligência Artificial, o Big Data e a automação, que o Marketing Digital se destaca. Trata-se de uma abordagem poderosa que, com estratégias bem definidas e ações inovadoras, permite que empresas naveguem e prosperem nesse novo ecossistema digital.

Com a missão de formar profissionais capacitados para acompanhar ou mesmo liderar essa transformação, a ESTG apresenta o Curso de Pós-Graduação em Marketing Digital. Este curso foi cuidadosamente desenhado para proporcionar

uma experiência prática e aplicada, onde os participantes adquiram as competências necessárias para conceber, planificar e executar campanhas de marketing alicerçadas nos pilares do digital. Além disso, o curso tem como objetivo preparar os estudantes para o empreendedorismo digital, capacitando-os a identificar oportunidades de negócio online, criar marcas de sucesso e implementar estratégias de vendas eficazes no ambiente digital.

Ministrado por um corpo docente composto por académicos e profissionais reconhecidos na área, o curso combina teoria e prática, preparando os estudantes para enfrentar os desafios de um mercado em constante mudança. Mais do que uma formação, trata-se de um convite para moldar o futuro do marketing, inovar no campo do empreendedorismo e liderar iniciativas de vendas online num mundo cada vez mais digital e conectado.

Objetivos

O objetivo do curso reside em 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. Capacidade de desenvolver e implementar estratégias de marketing digital alinhadas com objetivos de negócio.
2. Aptidão para criar experiências digitais otimizadas, centradas no utilizador.
3. Habilidade para interpretar dados e utilizá-los para orientar estratégias e ações de marketing.
4. Capacidade de criar e gerir campanhas eficazes para aumentar interação/envolvimento e alcance.
5. Domínio de ferramentas e técnicas de inteligência artificial aplicadas à criação de conteúdos.
6. Aptidão para planear, implementar e gerir plataformas de vendas online.
7. Capacidade para criar, monitorizar e otimizar campanhas publicitárias em motores de pesquisa e redes sociais para maximizar resultados.
8. Habilidade para identificar oportunidades e criar negócios inovadores no ambiente digital.
9. Capacidades práticas com ferramentas e plataformas digitais para executar estratégias eficazes.
10. Capacidade de colaborar e liderar projetos de marketing digital, integrando diferentes áreas de atuação.

Destinatários

Pessoas que já trabalham em áreas como a do marketing, a da comunicação, a das relações-públicas ou a do *branding* e procuram atualizar-se em tendências digitais, ferramentas e estratégias modernas.

Profissionais de gestão que desejam integrar estratégias digitais nos seus negócios ou empreendedores interessados em desenvolver projetos próprios no ambiente online, como *e-commerce*, *startups* ou marcas digitais.

Graduados em áreas como Marketing, Gestão, Comunicação, Design ou Tecnologias da Informação, que pretendem complementar a sua formação e ganhar vantagem competitiva no mercado de trabalho.

Pessoas de setores de atividade (ex.: vendas, recursos humanos, turismo ou saúde) que reconhecem a importância do digital nas suas áreas e desejam adquirir novas competências para se reposicionar no mercado.

Especialistas em tecnologia ou análise de dados que pretendem alinhar as suas competências técnicas com as necessidades estratégicas e criativas do marketing digital.

Consultores independentes ou *freelancers* em marketing, *design* ou comunicação que desejam ampliar o seu portfólio de serviços e oferecer soluções digitais mais completas aos seus clientes.

Pessoas que já trabalham com conteúdos digitais, como *influencers*, gestores de redes sociais ou figuras públicas que querem profissionalizar ou expandir o impacto do seu trabalho.

Indivíduos que, independentemente da sua formação de base, são apaixonados por inovação, tendências tecnológicas e apostam no seu desenvolvimento pessoal e profissional.

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:

i) Licenciatura em Ciências empresariais	30 pts
Outras licenciaturas	20 pts
ii) Doutoramento	10 pts
iii) Mestrado	5 pts
iv) Experiência profissional em marketing comprovada	30 pts
v) Currículo científico comprovado	5 pts
vi) Nota final de licenciatura ou de mestrado	até 20 pts

A avaliação é sumativa e no máximo um(a) candidato(a) tem 100 pts.

Poderá ser realizada uma entrevista para avaliar o domínio da língua portuguesa falada e escrita, uma vez que o curso é lecionado em português.

Em caso de empate, será considerada a ordem de inscrição (data e hora) para o desempate.

Júri de seriação: Alzira Marques; Filipe Pinto e Cátia Crespo

Plano de Curso

Módulos	Área científica	ECTS	Carga horária
Marketing e Vendas na era Digital	MK	2,5	21
Web Design e UX	MK	3,5	28
IA e Marketing de Conteúdos	MK	2	14
Marketing nas Redes Sociais	MK	3	21
Publicidade e Motores de Pesquisa	MK	3	21
Mobile Marketing e Retargeting	MK	2	14
Data Driven Marketing	MK	3	21
E-commerce: Estratégias e Plataformas	MK	3	21
Estratégia e Planeamento de Marketing Digital	MK	3	21
Projeto Integrado em Marketing Digital	MK	4	28
Total	MK	29	210H

MK: Marketing

Metodologias

A formação contínua é fundamentalmente presencial. No entanto, a componente teórica pode ser lecionada através de meios telemáticos. Há controlo de presenças às aulas. Os estudantes **devem garantir a presenças a 75% das aulas**. As aulas são teórico-práticas, orientadas para resultados. Os formandos **devem trazer o seu computador pessoal**. Os métodos de ensino são expositivo, demonstrativo e interrogativo. A aprendizagem pressupõe trabalho autónomo por parte do estudante. 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.

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.

Programa e Formadores

Módulos	Tópicos programáticos	Formadores*
Marketing e Vendas na era Digital 21h	<ul style="list-style-type: none"> Tecnologias Emergentes e Marketing Comportamento do consumidor na era digital Da Digitalização do Marketing ao Marketing one-to-one e de convergência Vendas e negócios online 	Alzira Marques (14h) e convidados (7h)
Web Design e UX 28H	<p>Web Design e Desenvolvimento Digital:</p> <ul style="list-style-type: none"> Design Visual e Interface Desenvolvimento Front-End WordPress e SEO Experiência do Usuário (UX) e Landing Pages <p>Design e Publicidade Gráfica:</p> <ul style="list-style-type: none"> Princípios básicos de design e layout; Ferramentas de edição para redes sociais; Criação e desenvolvimento de logotipo e infográfico estático 	Diogo Silva (14h) Susana Azevedo (14h)
IA e Marketing de Conteúdos 14H	<ul style="list-style-type: none"> AI na criação de conteúdos Storytelling e Copywriting Vídeo Marketing 	Vasco Marques (14h)
Marketing nas Redes Sociais 21H	<p>Facebook, Instagram, Tiktok e Youtube</p> <ul style="list-style-type: none"> Gestão de Páginas/comunidades Gestão de Conteúdos Anúncios / Plataformas de Publicidade Publicidade e medição de resultados <p>LinkedIn:</p> <ul style="list-style-type: none"> Criação e Otimização de Perfis e Páginas Marketing pessoal Técnicas de prospeção e desenvolvimento de contactos Publicidade e medição de resultados 	Eduardo André (14h) Pedro Caraméz (7h)

Publicidades e Motores de Pesquisa 21H	<ul style="list-style-type: none"> • Ecosistema digital: ferramentas de SEO e AI • SEO (Search Engine Optimization) • SEM (Search Engine Marketing) 	Miguel Maio (21h)
Mobile Marketing e Retargeting 14H	<ul style="list-style-type: none"> • Tendências • Aplicações (apps) • Geomarketing • CRM social 	João Ferreira (14h)
Data Driven marketing 21H	<ul style="list-style-type: none"> • Data driven analytics • Digital footprint (Cookies) • Data base marketing • Automação de email marketing 	Miguel Maio (7h) Filipe Pinto (14h)
E-commerce: Estratégias e plataformas 21H	<ul style="list-style-type: none"> • Estratégia e funil de vendas • Marketing Afiliados • Performance Marketing ou Lead Generation • Criação de Loja online com suporte no Shopify 	Nuno Ferreira (21H)
Estratégia e Planeamento de Marketing Digital 21H	<ul style="list-style-type: none"> • Modelos de negócio digitais (Estudos de caso / Masterclasses) • Formulação de uma Estratégia de Marketing Digital • Estratégia de meios digitais (gestão de orçamentos, campanhas, modelos de investimento em paid media etc) 	Miguel Maio (9h) Convidado (3h) Alzira Marques (9h)
Projeto Integrado em Marketing Digital 28H**	<ul style="list-style-type: none"> • Emersão estratégica (orientação, apresentação e discussão de estratégias de Mk digital) • Atelier de marketing digital (orientações e certificações gratuitas: Google Ads e Google Analytics) 	Filipe Pinto(14h) Miguel Maio (14h) Alzira Marques (14H)

* Pode ser necessário fazer ajustes no corpo docente.

** Em 3 aulas há sempre 2 formadores em sala de aula

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. O **estudante escolhe uma das duas.**

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.

No final do Curso de Pós-Graduação em Marketing Digital Curso, os participantes com um grau académico que foram aprovados no trabalho de fim de curso podem solicitar um **certificado de pós-graduação em marketing digital**, os que não têm grau académico, tendo sido admitidos com base na experiência profissional relevante em marketing, que foram aprovados no trabalho de fim de curso podem solicitar um **certificado de especialização em marketing digital**, os estudantes que não fizeram trabalho de fim de curso ou não aprovaram nesse trabalho, mas que tenham garantido a assiduidade em, pelo menos, 75% das horas totais de formação podem solicitar um **certificado de participação na formação em marketing digital**.

Duração | Calendário | Local

Duração Total: 210 Horas, decorre num período máximo em 18 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 2,5 horas.

Local: ESTG, Edifício D, Sala D 1.3 (a confirmar)

Calendário previsto: calendário a ser divulgado oportunamente no site do DGE.

Informações

Coordenação: Alzira Marques (alzira.marques@ipleiria.pt)

Preço: 2350 €

Pagamentos:

Taxa de candidatura: 60 €, no ato da candidatura

Desconto de pronto pagamento integral: 10%

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

(os descontos são cumulativos)

Ou

Parcelamento da propina da seguinte forma:

Primeira prestação na data da matrícula 400€ (1.ª prestação da propina);

13 Prestações mensais de 150 € até ao dia 10 de cada mês, exceto o mês de agosto.

Recomenda-se a leitura do Regulamento do Pagamento de Propinas e outras Taxas de Frequência do Instituto Politécnico de Leiria.

Nº de vagas: 20

Candidaturas:

As candidaturas são efetuadas no site do IPEiria a divulgar oportunamente na página da Instituição.

Preenchimento de ficha de candidatura e anexar Curriculum Vitae certificado ou diploma de conclusão de licenciatura com a indicação da média de fim de curso.

A seleção dos candidatos será feita por avaliação curricular.

Matrículas:

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

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.

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 2012.



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 Global SEO na Mercedes-Benz.io

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

É responsável pelas atividades de SEO para os websites da Mercedes-Benz em diversos mercados os motores de pesquisa.

Desde 2009 que se dedica à docência em Marketing Digital sendo Professor Convidado em diversas instituições do ensino superior e pós-graduações na área de estratégia de meios digitais SEM, SEA, performance marketing e SEO, YouTube SEO e SEO técnico.

O seu caminho profissional foi 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, onde trabalhou marcas de diversos anunciantes como Ikea, Ford, Mazda, Danone, EDP, FNAC, Novo Banco, Lactogal, entre outros.

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 pela equipa do SAPO onde era responsável pelo desenvolvimento de 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
Global Social Media & Creators Expert

Licenciado em Gestão de Marketing, com Pós-Graduação em Marketing Digital do IPAM.

Desde 2023 que integra a equipa de marketing global da Nestlé onde é responsável pelo marketing nas redes sociais e pelo marketing de influenciadores.

Em 2022 dirigiu o departamento de redes sociais e design/criatividade para redes sociais na agência NOSSA™.

Liderou a equipa de social media do Observador, meio de comunicação social líder no ambiente digital português. 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.

É formador em cursos na área do Marketing Digital.



João Ferreira

Search Engine Marketing (SEM) e Estratégias de Marketing e Otimização para a Conversão (CRO)

Profissional de marketing com mais de 20 anos de experiência. Ao longo da sua carreira teve a oportunidade de colaborar com marcas de referência como Olá, Knorr, Johnson & Johnson, Nivea, Kwan, InvoiceXpress, Aubay entre outras.

Atualmente, é docente em disciplinas ligadas ao marketing digital, com foco em temas como SEM, Web Analytics e Mobile Marketing. Na sua prática académica, destaca-se por unir teoria e prática, ajudando os alunos a desenvolver competências reais para enfrentar os desafios do mercado atual.

Com uma abordagem centrada na inovação e nos resultados, João acredita na importância da formação contínua e no poder do marketing como ferramenta transformadora para marcas e profissionais. Além disso, é apaixonado por investigar novas tendências no mercado digital e por partilhar o conhecimento em contextos académicos e corporativos.



Pedro Caraméz

Formador e consultor em Marketing Digital

Pedro Caraméz é formador e consultor especializado em marketing digital, reconhecido pelo seu trabalho no apoio a empresas e profissionais na otimização da sua presença online.

Nos últimos anos, tem-se focado exclusivamente em investigar, testar e implementar estratégias eficazes para potenciar resultados através das redes sociais, com especial ênfase no LinkedIn. Autor de 4 livros sobre LinkedIn, Pedro é uma referência no desenvolvimento de estratégias para negócios e na formação de profissionais que desejam destacar-se no mercado digital.

Atualmente, também se destaca como entusiasta do mundo da inteligência artificial (AI), explorando como esta tecnologia pode transformar o marketing digital e criar novas oportunidades para empresas e profissionais.



Susana Azevedo Cardal

Designer Freelancer

Doutorada em Design na FAUL, onde também, frequentou a componente curricular do Mestrado em Design – Opção Moda, e investigadora como membro colaborador no CIAUD. Em 2006, frequentou uma Pós-Graduação em Design de Produto, na Universidade do Estado da Bahia, no Brasil e em 2000 licenciou-se em Design de Equipamento pela ESAD de Matosinhos. De 1999 a 2006, trabalhou como designer em gabinetes de design e arquitetura e, em empresas industriais. Após esta data, continuou como *freelancer*. A partir de 2006 e até 2017 foi formadora em vários centros de formação no distrito de Leiria. Em 2007 ingressou como docente no (IPL) Instituto Politécnico de Leiria, nomeadamente na (ESTG) Escola Superior de Tecnologia e Gestão, local onde atualmente leciona a UC Design e Publicidade Gráfica na Pós-Graduação em Marketing Digital e a UC Produções de Conteúdos na Licenciatura em Marketing.



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.

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: spg.estg@ipleiria.pt | Telf: 244 820 308

Testemunhos



"A Pós-Graduação em Marketing Digital na Escola Superior de Tecnologia e Gestão do Instituto Politécnico de Leiria foi uma experiência verdadeiramente enriquecedora. O curso está extremamente bem estruturado, combinando teoria e prática de forma eficaz, com um programa curricular atual e relevante para as exigências do mercado.

Os professores destacaram-se pela sua competência e dedicação, demonstrando não só um vasto conhecimento teórico, mas também uma excelente capacidade de transmitir experiências práticas valiosas. O ambiente de aprendizagem foi potenciado por uma notável entreaajuda entre colegas, criando oportunidades únicas de networking e partilha de conhecimentos.

Considero esta pós-graduação um investimento extremamente valioso na minha formação profissional, que me preparou efetivamente para os desafios do marketing digital."



“Frequentar a 3.ª Edição da Pós-Graduação em Marketing Digital do Politécnico de Leiria foi uma experiência transformadora para a minha profissão. Durante o curso, tive a oportunidade de adquirir competências fundamentais em áreas como SEO, redes sociais, publicidade digital e análises de dados, entre outras. A participação de professores/profissionais altamente qualificados conferiu dinamismo às aulas e tornou-as relevantes face aos desafios do mundo digital. Além disso, os projetos desenvolvidos ao longo do curso foram uma oportunidade valiosa para aplicar os conhecimentos em situações concretas e colaborar com colegas de diferentes áreas. Esta pós-graduação permitiu-me não só aprofundar os meus conhecimentos técnicos, mas também a desenvolver uma visão estratégica do marketing digital, algo que já se refletiu de forma direta na minha atividade profissional. Recomendo vivamente a quem procura alavancar a sua carreira numa área tão dinâmica e essencial como esta!”



“Inscrevi-me na pós-graduação de Marketing Digital, pela ESTG, com o objetivo de aumentar o meu conhecimento numa área que, atualmente, é cada vez mais importante para atingir os objetivos a que as empresas se propõem.

Para além desta pós-graduação explorar o Marketing Digital de forma direta e mais ajustada ao “mundo” profissional, os vários professores que fui conhecendo têm muita experiência profissional e uma ótima capacidade para lecionar e motivar os alunos.

Foi um ano muito positivo e, sem dúvida, que tomei a decisão certa quando escolhi frequentar esta pós-graduação.

Recomendo a todos os meus amigos e colegas profissionais que queiram melhorar neste departamento.”