Curso: Academia FLAGProfessional Web Marketing

Duração: 294h
Área formativa: Cursos

Sobre o curso

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. 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).

Sabe-se que, de acordo com o Guia Hays 2025, 70% dos profissionais de marketing em Portugal estão confiantes quanto às oportunidades de emprego no setor, refletindo um otimismo crescente no mercado. A procura por talentos em marketing digital continua elevada, e segundo o Future of Jobs Report 2025 do World Economic Forum, deverá crescer mais de 25% até 2030, impulsionada pela transformação digital e pela crescente necessidade de competências especializadas.

Porquê apostar numa carreira em Marketing Digital?

#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 no mercado nacional e internacional, para as mais variadas áreas: estratégia, social media, SEO, Google Ads, E-Mail Marketing, entre outras.

#Flexibilidade Tratando-se de uma função transversal a todas as áreas e setores de atividade, ao especializares-te em Marketing Digital 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 FLAGProfessional Web Marketing** 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;

:: **Desenvolver, planear e implementar estratégias de Marketing Digital** mais adequadas para diferentes públicos, mercados e setores de atividade;

:: **Dominar, explorar e aprofundar as plataformas e ferramentas de Marketing Digital**, incluindo automação com **Inteligência Artificial**, 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 acesso ao **Employability Hub**, um serviço dedicado a apoiar a integração e a progressão de carreira dos formandos das Academias da FLAG. Oferecemos um acompanhamento personalizado, focado na maximização do teu posicionamento no mercado de trabalho. Descobre mais sobre o Employability Hub aqui.

Este curso pode ser totalmente adaptado em conteúdos, duração, datas e horários às tuas necessidades pessoais ou para um grupo de colaboradores da tua empresa. Queres saber mais sobre as nossas soluções de formação à medida?

Objectivos

Com este curso ficarás apto a desenvolver uma atividade profissional em Marketing Digital nos mais variados setores e indústrias, 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.



Ao concluíres com aproveitamento a Academia FLAGProfessional Web Marketing, receberás um Certificado de Formação (acreditado pela DGERT) e um badge digital (da Credly) para partilhares com a tua rede profissional online.
Sabe mais sobre os nossos badges digitais aqui.

Pré-requisitos

Para frequentares a **Academia FLAGProfessional Web Marketing** 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 apresentes um perfil organizado, focado e disciplinado, para que consigas garantir o correto acompanhamento das matérias lecionadas, bem como dos projetos a realizar.

Destinatários

Este curso é indicado para ti se:

:: Pretendes iniciar uma carreira em Marketing Digital, 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, através de um **curso com uma forte componente prática e ajustada às reais necessidades do mercado Português**;

:: Já trabalhas em Marketing Digital 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 de Marketing Digital ativos no mercado**.

Descobre como este curso preparou o Tomás Góis para o mercado de trabalho:



Este curso pode ser totalmente adaptado em conteúdos, duração, datas e horários às tuas necessidades pessoais ou para um grupo de colaboradores da tua empresa.
Queres saber mais sobre as nossas soluções de formação à medida?

Programa

Sessão de Onbording

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: dominio, alojamento, formas de construção
- Arquitetura de informação
- Experiência do Utilizador: ux, usabilidade, acessibilidade
- Wireframing
- Avaliação do website: heuristica, 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 Platafotmas 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, Looker 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

Sessão de Encerramento