Curso: Especializado Data Driven Marketing & Strategy

Duração: 129h
Área formativa: Cursos

Sobre o curso

No cenário atual, os dados são o motor das decisões estratégicas. O marketing já não se baseia apenas na intuição ou em abordagens tradicionais—as empresas mais bem-sucedidas utilizam dados para personalizar campanhas, antecipar tendências e criar experiências altamente relevantes para os clientes.

O curso **Especializado Data Driven Marketing & Strategy** foi concebido para responder a esta realidade emergente, capacitando profissionais a dominar técnicas avançadas de marketing orientado por dados e a aplicar ferramentas de Data Science e Inteligência Artificial (IA) no contexto empresarial.

Se és profissional de marketing, gestor, empreendedor ou analista de dados, este curso irá transformar a forma como trabalhas, oferecendo-te ferramentas para otimizar campanhas, prever comportamentos, criar conteúdos automatizados e tomar decisões baseadas em insights sólidos. Torna-te o profissional que o mercado procura: estratégico, analítico e preparado para os desafios de um futuro cada vez mais digital e orientado por dados.

Porquê apostar numa carreira em Data Driven Marketing & Strategy?

#Empregabilidade No contexto atual, onde a tomada de decisão baseada em dados é essencial, as empresas procuram profissionais capazes de transformar dados em estratégias eficazes. A crescente adoção de Data Science e Inteligência Artificial no marketing e nos negócios faz com que especialistas em Data-Driven Strategy sejam cada vez mais valorizados, tanto a nível nacional como internacional.

#Versatilidade A análise e interpretação de dados são competências fundamentais em diversas áreas, desde o marketing e gestão até à inovação e desenvolvimento de produto. Com esta especialização, poderás aplicar os teus conhecimentos em diferentes setores e até trabalhar como freelancer ou consultor, com total autonomia na gestão dos teus projetos e horários.

#Impacto Ao especializares-te em Data-Driven Strategy, desenvolves competências que te permitem otimizar campanhas, prever tendências, automatizar processos e tomar decisões informadas. Podes aprofundar conhecimentos em Inteligência Artificial aplicada ao marketing ou Business Intelligence, tornando-te um profissional essencial para empresas que valorizam decisões estratégicas baseadas em dados.

Por onde deves começar?

Com o curso **Especializado Data Driven Marketing & Strategy** vais:

:: **Aprender todos os conceitos-base** da análise e estratégia data-driven, com profissionais de grande experiência e reconhecimento no mercado de trabalho;

:: **Conhecer as melhores práticas no mercado** para recolha, análise e interpretação de dados, aplicadas à tomada de decisão estratégica;

:: **Desenvolver, planear e aplicar estratégias de marketing baseadas em dados**, **utilizando ferramentas analíticas, técnicas de Data Science e Inteligência Artificial**;

:: Explorar uma **abordagem ética e responsável no uso de dados e IA,** assegurando conformidade legal e práticas transparentes;

:: **Construir o teu portfólio** profissional, para que possas demonstrar os teus conhecimentos e capacidade de execução às entidades empregadoras.

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 o curso **Especializado Data Driven Marketing & Strategy** ficarás apto a desenvolver uma atividade profissional nas áreas de **Marketing Digital, Data Science e Gestão Estratégica** em diversos setores e indústrias e desempenhar funções como:

:: Performance Marketing Manager, enquanto especialista na criação, gestão e otimização de campanhas digitais, com foco no retorno sobre o investimento (ROI), utilizando dados analíticos para ajustar campanhas em tempo real para garantir que os recursos sejam alocados de forma eficiente.

:: Data Scientist/Analyst em Marketing, enquanto profissional responsável pela análise de grandes volumes de dados para identificar padrões de comportamento e gerar insights, utilizando técnicas de Data Science para prever tendências e otimizar campanhas, e ajudando a personalizar a experiência do cliente.

:: Growth Hacker, enquanto profissional focado no crescimento acelerado da empresa, utilizando dados e técnicas criativas para aumentar a aquisição e retenção de clientes, testando novas estratégias e canais para impulsionar rapidamente o crescimento.

:: Digital Marketing Manager, enquanto profissional responsável por coordenar estratégias de marketing digital integradas, como SEO, SEM e social media, utilizando dados e ferramentas de automação para otimizar campanhas, melhorar a segmentação e alcançar objetivos estratégicos.



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

Pré-requisitos

Para frequentares o curso **Especializado Data Driven Marketing & Strategy** deverás ter conhecimentos básicos de marketing e gestão. Familiaridade com ferramentas digitais, noções gerais de estatística e análise de dados será uma vantagem, mas não essencial.

Destinatários

Este curso é indicado para ti se:

:: **Queres desenvolver uma abordagem estratégica baseada em dados**, complementando a tua formação e currículo com um curso prático e alinhado com as exigências do mercado;

:: És profissional de Marketing, Gestão de Produto, Comunicação ou Vendas e **procuras aprofundar os teus conhecimentos, integrando práticas data-driven para otimizar decisões estratégicas**;

:: Já trabalhas em Marketing Digital, Análise de Dados ou Gestão de Campanhas e **queres atualizar ou expandir as tuas competências, incorporando metodologias avançadas de análise e interpretação de dados**;

:: És empreendedor e **queres utilizar dados para tomar decisões mais informadas, melhorar a performance do teu negócio e maximizar resultados**;

:: Queres **fazer networking com profissionais do setor** que valorizam uma abordagem estratégica orientada por dados.

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

Marketing Data-Driven: Fundamentos

- Introdução ao Marketing Orientado por Dados
  - O que é a abordagem Data-Driven em Marketing?
  - A evolução do marketing: de estratégias tradicionais à personalização com base em dados.
  - O papel da inteligência artificial e do machine learning no Marketing Data-Driven.
  - Como relacionar atividades de marketing com métricas-chave: a importância da mensurabilidade.
  - Caraterísticas de uma estratégia de Marketing Data-Driven: foco em resultados, análise contínua e otimização.
  - Cultura Data-Driven:
  - O que é e como implementá-la.
  - Principais barreiras e estratégias para superá-las.
  - Riscos e limitações do Marketing Data-Driven: enviesamentos nos dados, dependência excessiva de métricas e desafios relacionados com privacidade, relevância estatística.
- Conceitos e Métricas Essenciais
  - Métricas Financeiras e Operacionais; Métricas de Marketing Digital.
  - Análise de Métricas Combinadas e como perceber correlações
- Modelos de Atribuição e Funil de Conversão
  - Modelos de atribuição: last click, first click, multicanal, assistida.
  - Análise de funis: TOFU, MOFU, BOFU – Principais dimensões de análise.
  - Identificação de gargalos e estratégias para otimizar funis de conversão
- Recolha e Integração de Dados
  - Introdução ao ETL (Extract, Transform, Load): Processos de extração, transformação e carregamento de dados.
  - Ferramentas e plataformas de recolha de dados através de UI vs Integração (ex: Google Analytics,CRMs, Software de Faturação);
  - Qualidade dos dados:
    - Como identificar dados irrelevantes ou imprecisos
    - Impacto de dados de má qualidade nas decisões de marketing.
  - Como escolher os dados que importam recolher: alinhamento com objetivos estratégicos.
- Bases de Dados e Modelagem de Dados
  - Estruturas de bases de dados relacionais (SQL) e não relacionais (NoSQL);
  - Modelagem de dados para Marketing: star schema e snowflake schema.
  - Integração de dados entre plataformas: introdução ao conceito de Customer Data Platform (CDP).
- Visualização e Storytelling com dados
  - Elementos essenciais de dashboards para marketing.
  - Criação de dashboards com PowerBI
  - Storytelling com dados:
  - Transformar dados em insights acionáveis.
  - Frameworks de storytelling: What? So What? Now What?

    - Boas práticas e erros a evitar.
    - Exercício Prático.

Estatística aplicado ao Marketing Analítico

- Fundamentos de Estatística Aplicada
    - O papel da estatística no marketing orientado por dados.
    - Estatística Descritiva:
        - Medidas de tendência central: média, mediana, moda.
        - Medidas de dispersão: amplitude, variância, desvio padrão.
        - Visualização de dados: gráficos, histogramas e boxplots.
    - Estatística Inferencial:
        - Conceito de probabilidade no marketing.
        - Principais distribuições estatísticas.
        - Testes de hipóteses:
            - Amostragem e erros de amostragem;
            - Testes A/B;
            - T-Test e Chi-square;
            - Intervalos de confiança e a sua interpretação.
    - Correlação e Regressão.
    - Correlação e o impacto nas decisões de marketing.
    - Regressão linear: construção, interpretação e utilização de modelos preditivos.
- Segmentação e Personalização
    - Técnicas avançadas de segmentação:
    - RFM (recência, Frequência, Valor Monetário).
    - Clustering e introdução ao Dynamic Creative Optimization (DCO).
    - Personalização com dados: emails, anúncios e landing pages.
    - Exercício Prático.

Masterclass I

Data Science aplicado ao Marketing

- Fundamentos de IA e Machine Learning.
    - Conceitos de IA e Machine Learning.
    - Tipos de modelos de Machine Learning: supervisionados, não supervisionados e semi-supervisonados.
    - Problemas de Classificação, Regressão, Clusterização.
- Modelos de Segmentação Avançada baseados em técnicas de Clustering.
    - Modelos de Segmentação para identificar grupos de clientes.
- Fundamentos de Modelos de Recomendação:
    - Regras de associação, filtragem colaborativa, baseada em conteúdo e híbrida.
    - Aplicações práticas no marketing: recomendações de produtos e campanhas personalizadas.
- Modelos de Deep Learning em Marketing.
    - Conceitos de Deep Learning.
    - Aplicações práticas no marketing:
        - Processamento de texto: análise de sentimento, categorização automática.
        - Processamento de imagem: classificação de imagens.
    - Introdução a ferramentas (Google AutoML or AutoML Microsoft Fabric).
- Marketing com IA Generativa.
    - Fundamentos de GenAI.

        - Aplicações práticas no marketing:
            - Criação e sumarização de conteúdos com IA.
- Utilização de Ferramentas como vextapp, Openai, datastax.
- Modelos preditivos em prática: Previsão de Churn e Segmentação de Clientes.
    - Modelos preditivos para identificar clientes em risco de churn.
    - Fatores de risco de churn e variáveis chave.
- Modelo de clusterização para segmentação de clientes
    - Principais resultados e visualização dos segmentos
- Exercício Prático.

Masterclass II

Ética e Responsabilidade no Uso de Dados e IA

- Princípios éticos no Marketing Data-Driven: transparência, justiça e responsabilidade.
- Privacidade e Conformidade Legal:
    - RPGD: princípios fundamentais e impacto no marketing.
    - Boas práticas para compliance com RGPD e outras normas similares (ex: E-Privacy)
    - Consentimento e gestão de dados pessoais:
        - Boas práticas para recolha e armazenado de dados.
        - Transparência nas políticas de privacidade.
- Viés algorítmico e Discriminação: identificação e mitigação.
- Tomada de decisão ética no Marketing com IA: Como garantir que as decisões são éticas.
    - Ferramentas de apoio à decisão (ex: princípios FAIR – Fairness, Accountability, Interpretability, Responsability).
    - Avaliação de trade-offs: personalização vs privacidade, eficácia vs transparência.

Projeto Prático