



Curso de Mídias Pagas Online

Plano de Estudo



Descrição

Esta certificação permite ao aluno projetar e implementar estratégias pagas em diferentes plataformas e mídias digitais, como os Anúncios do Facebook e os Anúncios do Google; permite também monitorar os resultados para tomar decisões em tempo real.

O programa é construído de uma perspectiva educacional e com os mais recentes desenvolvimentos e padrões de marketing digital, e por isso, é útil para profissionais de marketing que desejam entrar no mundo digital, para pessoas que trabalham no cenário digital e buscam aprofundar os seus conhecimentos e habilidades, e aqueles que querem se especializar em mídias pagas para publicidade digital.

Objetivos de Aprendizagem

Os alunos que completam e são aprovados nos seis módulos que compõem o curso são capazes de:

1. Implementar a estratégia de marketing digital, buscando a otimização das campanhas e do orçamento.
2. Criar e gerenciar as estratégias de pagamento com o Google Ads e seus parceiros de publicação.
3. Determinar o segmento do público, de acordo com a estratégia de marketing digital e os resultados da análise da web.
4. Selecionar as ferramentas, plataformas e mídias do ambiente digital, que permitem a medição e monitoramento da estratégia de marketing digital, em tempo real.
5. Criar e gerenciar estratégias de pagamento nos Anúncios do Facebook e em seu ecossistema.





Estrutura e Conteúdos

O programa de Mídias Pagas Online possui seis módulos que abordam diferentes aspectos relacionados ao negócio, à marca e à estratégia digital. Em seguida, confira a estrutura da nossa certificação.

Módulo 1: Publicidade e Propaganda em Mídias Digitais

Neste módulo, você encontrará o conhecimento e as ferramentas necessárias para definir uma estratégia e um plano tático para as diretrizes digitais.

Objetivos:

1. Definir o mix de mídia para obter resultados de marca e/ou desempenho em diferentes dispositivos.
2. Estruturar campanhas e conteúdo voltado para o público digital.
3. Implementar uma campanha de mídia digital.
4. Avaliar o desempenho da mídia em relação aos objetivos da estratégia de marketing digital para melhorar a lucratividade.

Módulo 2 - SEM - Marketing de Busca

Este módulo oferece as ferramentas para criar campanhas pagas, usando as diferentes opções oferecidas pelo Google Ads.

Objetivos:

1. Desenhar o relatório (atributos e características) SEM do negócio para ser implementados no site.
2. Gerenciar o perfil em anúncios do Google, contas, campanhas e anúncios.
3. Otimizar os anúncios do Google e implementar as práticas recomendadas.
4. Melhorar o gerenciamento e a criação de anúncios no Google Ads.

Módulo 3 - Web Analítica

Neste módulo, você aprenderá sobre as diferentes plataformas de medição de sites e redes sociais, que oferecem informações valiosas para orientar as ações do dia-a-dia e quantificar o impacto nos resultados da estratégia digital e nos resultados do negócio.

Objetivos:

1. Interpretar o comportamento dos usuários em web analítica de acordo com a parametrização e variáveis definidas.
2. Interpretar os resultados da web analítica, para a tomada de decisão na estratégia digital e na empresa ou negócio.
3. Desenhar o modelo de mensuração da estratégia digital, alinhado com os objetivos da marca ou negócio.
4. Identificar as ações do usuário, através da web analítica, garantindo a conversão do usuário para a estratégia digital, de acordo com as tendências do mercado.

Módulo 4 - Mídia Social Paga

Neste módulo, você aprenderá a usar o Facebook e seus sites associados, aproveitando as suas vantagens de segmentação para alcançar o público-alvo apropriado.

Objetivos:

1. Definir as estratégias para os anúncios do Facebook e seu ecossistema de anúncios.
2. Otimizar anúncios para a rede de publicação.
3. Gerenciar o alcance e a frequência das publicações, aproveitando ao máximo o público desejado.
4. Otimizar os anúncios e suas opções avançadas.





Projetos Finais

Módulos - Marketing Digital	Projeto Final
01 – Publicidade e Propaganda em Mídias Digitais	Desenvolver uma campanha de pautas digitais, definindo uma estratégia focada nos objetivos da marca e fazer com que o plano tático tome como referência, os desafios da realidade e dos negócios.
02 – SEM - Marketing de Busca	Criação de uma campanha estruturada em anúncios do Google, definindo uma estratégia de diretrizes pagas, com foco nas conversões e no branding de uma empresa fictícia.
03 – Web Analítica	Realizar um relatório e um projeto de medição de uma estratégia digital.
04 – Mídia Social Paga	Desenhar uma campanha focada em branding e conversões, levando em consideração as melhores práticas para uma estratégia de posicionamento digital nas mídias sociais.