

PROGRAMA DA FORMAÇÃO

DESIGNAÇÃO

Nome: MBA Marketing Digital & Online Business

Carga horária total: 200 horas

Acreditação profissional: n/a

Forma de organização da formação: Presencial

Público-alvo: Estudantes que procurem formação na área da economia digital; Profissionais que ambicionem valências ao nível do conhecimento e prática no meio digital, nos processos que já desenvolvem no dia-a-dia, ou profissionais que ambicionem uma reconversão de carreira com novas oportunidades de emprego ou negócios proporcionados pela economia digital, em áreas como as vendas, a gestão de processos, o marketing e a comunicação.

Código: OPO MBA MDOB C

Campus: Porto

Data de aprovação desta versão: 31.10.2018

DESCRIÇÃO

O MBA Marketing Digital & Online Business foi concebido para dar resposta aos desafios actuais do digital e do online nas organizações. O desafio de conciliar o cada vez mais importante Marketing Digital com todas as métricas, ferramentas, plataformas e tecnologias e ainda o Online Business reforça a necessidade de preparar profissionais que consigam ter uma perspetiva abrangente sobre a forma como as várias partes se relacionam e como devem ser planeadas, implementadas, monitorizadas e otimizadas.

Este MBA permite, partindo de conceitos base e introdutórios a planos de marketing mais complexos e com objectivos distintos, conjugar as regras que estão por detrás do marketing na era do digital.

Desde a estratégia e o planeamento até gestão dos conteúdos que alimentam os vários canais, passando pelo conceito criativo e design de interfaces.

Nota: o presente programa de formação poderá sofrer alterações até a data de início do curso respeitando sempre o melhor interesse pedagógico dos formandos.

PERFIL DO FORMANDO

No final da frequência deste MBA pretende-se que os formandos estejam capacitados para desenvolver projetos de marketing digital 360°, tendo em conta factores como o comportamento do público-alvo e consumidores on-line assim como a produção de conteúdos digitais.

PROGRAMA DA FORMAÇÃO

Dado o tecido empresarial ser maioritariamente constituído por pequenas e médias empresas este MBA foi desenhado para desenvolver um perfil profissional de um gestor de Marketing Digital que estar preparado para realizar atividades que vão desde a estratégia e o desenvolvimento de planos de marketing digital, a identificação dos *touchpoints* disponíveis, o desenvolvimento de marketing de conteúdos e utilização das ferramentas de criação. Ser ainda capaz de fazer a gestão e CRM das redes sociais e meios digitais, bem como SEM.

REQUISITOS DE ADMISSÃO

Os candidatos a este curso devem possuir habilitação mínima de 12º ano completo ou equivalente e/ou experiência profissional mínima na área de estudo ou áreas adjacentes.

Os candidatos poderão ser submetidos a uma entrevista de selecção onde devem demonstrar as suas motivações e aptidões.

OBJECTIVOS DE APRENDIZAGEM

Os objectivos gerais deste programa são:

OG1. Fornecer competências para pensar e criar planos de marketing digital bem como identificar os *touchpoints* de marketing *offline* e *online*;

OG2. Proporcionar o uso e experiência de ferramentas adequadas para a exploração de soluções que possam servir os interesses e necessidades do digital;

OG3. Desenvolver capacidades e competências para criar soluções criativas sendo capaz de identificar que equipa e funções devem ser incorporados para a execução dessa solução.

Os objectivos específicos deste programa são:

OE1. Identificar os principais elementos da criatividade e da tecnologia aplicada ao marketing digital, nomeadamente, o mobile marketing e a realidade aumentada;

OE2. Conhecer e aplicar as técnicas e ferramentas do marketing digital;

OE3. Conhecer e utilizar as ferramentas adequadas para a implementação das estratégias de branding definidas em ambiente digital.

PROGRAMA DA FORMAÇÃO

RESULTADOS

Com a conclusão deste curso os formandos serão capazes de:

CONHECIMENTOS

R1. Demonstrar que conhecem os aspectos fundamentais de Marketing Digital e Online Business e de que forma se podem aplicar a marcas ou projectos concretos;

APTIDÕES

R2. Demonstrar na prática as técnicas de marketing digital, bem como na criação e gestão de conteúdos para os diversos canais de comunicação digital;

ATITUDES

R3. Trabalhar de forma independente, criativa e flexível demonstrando autodisciplina para atingir objectivos. Devem igualmente desenvolver análise crítica e estratégica, bem como capacidade de trabalhar em equipa sempre que haja objectivos específicos que o justifiquem.

MÓDULOS

O curso é composto pelos seguintes módulos:

MÓDULO	Nº Horas
DIGITAL BUSINESS & PLANNING	32
E-COMMERCE, SALES & ENGADGEMENT	32
CONTENT & SOCIAL MEDIA	32
USER INTERFACE & USER EXPERIENCE – UI & UX	32
DIGITAL AUTOMATION	32
APPLIED SEMINARS	8
PROJECTO FINAL MARKETING DIGITAL 360o	32

MÉTODOS DE FORMAÇÃO E PRÁTICA

As sessões dos diferentes módulos serão direccionados para a compreensão dos conceitos fundamentais e a sua respectiva aplicação prática recorrendo a exemplos e situações simuladas relacionadas com o marketing digital, branding e digital branding, transmedia storytelling e gestão de conteúdos.

PROGRAMA DA FORMAÇÃO

Os formandos serão desafiados a estudar situações e casos de marketing offline e online reais para que possam desenvolver uma capacidade crítica sob os mesmos ajudando-os a criar as suas próprias propostas.

Será também estimulado o trabalho em grupo para ajudar a desenvolver a capacidade de análise antes de se encontrar uma solução criativa para um determinado conteúdo. Como tal, serão utilizados nas sessões de formação os métodos Expositivo, Interrogativo, Demonstrativo e Activo.

AVALIAÇÃO

A avaliação deste curso será essencialmente direccionada para a demonstração de conhecimentos através da realização de trabalhos aplicados, criação de suportes de comunicação e realização de apresentações orais e escritas.

No final e como elemento mais importante de avaliação o formando deverá apresentar a um júri um projecto de marketing digital 360o, que tem como propósito a conjugação dos vários temas leccionados ao longo dos vários módulos.

A avaliação deste curso está enquadrada nos princípios e regras estabelecidas no Regulamento Pedagógico que pode ser consultado em www.restart.pt. Para a avaliação final do curso, os módulos contam com a seguinte ponderação em função da importância do perfil pretendido:

MÓDULO	Peso (%) na nota final
DIGITAL BUSINESS & PLANNING	15%
E-COMMERCE, SALES & ENGAGEMENT	15%
CONTENT & SOCIAL MEDIA	15%
USER INTERFACE & USER EXPERIENCE – UI & UX	15%
DIGITAL AUTOMATION	15%
APPLIED SEMINARS	N.A.
PROJECTO FINAL MARKETING DIGITAL 360°	25%

Avaliação final de cada módulo, é apresentado no programa específico do mesmo.

PROGRAMA DA FORMAÇÃO

RECURSOS PEDAGÓGICOS

A RESTART possui uma série de aplicações que podem ser utilizadas ao longo dos módulos em função da sua programação específica.

De entre as aplicações destacam-se os softwares de edição e tratamento de imagem tais como o Adobe Photoshop CS6, Lightroom 4 e Adobe Bridge CS6, Illustrator.

Adicionalmente os módulos vão utilizar a plataforma online de suporte para disponibilizarem manuais técnicos, manuais desenvolvidos pelos formadores, vídeos e exercícios práticos.

ESPAÇOS E EQUIPAMENTOS

A utilização dos espaços e equipamentos que a RESTART possui é planeada em função do programa de cada módulo.

No caso específico deste curso, a RESTART conta com salas dedicadas com computadores e aplicações, onde os formandos e formadores desenvolvem a maior parte dos seus exercícios práticos.

Além disso é permitido o acesso ao equipamento de fotografia, vídeo e áudio para exercícios curriculares.

Existem igualmente espaços para que os formandos possam, fora das sessões dos módulos, realizar os seus trabalhos individuais ou em equipa.

INFORMAÇÃO DE MERCADO

Após a formação os participantes poderão integrar equipas marketing, publicidade, comunicação e e-commerce como gestores de Marketing Digital.

Poderão ainda desenvolver trabalho de consultoria e freelance com projectos de marketing Digital 360o em diversas áreas criativas e ainda integrar agências de marketing e publicidade, de comunicação, televisão ou mesmo apostando num projecto de criação próprio.

QUALIDADE E CERTIFICAÇÃO

Este curso é sujeito ao sistema de qualidade da Restart que envolve especialistas internos e externos na sua revisão e actualização.

PROGRAMA DA FORMAÇÃO

A monitorização do curso é anual e leva em linha de consideração os dados obtidos nas avaliações:

- do módulo pelos formandos;
- do módulo pelo formador;
- do Curso pelo formando;
- do Curso pelo coordenador;

No final da formação, conforme a nota final obtida, o aluno receber um certificado de formação profissional ou um certificado de frequência de forma o conforme legislação em vigor - consultar regulamento da formação. O certificado emitido é válido para a obtenção de créditos (ECTS), na candidatura a um Mestrado ou Doutoramento, ao abrigo do Tratado de Bolonha, nos termos do disposto no artigo 45.o do Decreto-Lei n.o 74/2006 de 24 de Março, alterado pelo Decreto-Lei n.o 107/2008 de 25 de Junho, rectificado pela Declaração de Rectificação n.o 81/2009 de 27 de Outubro, e Decreto-Lei n.o 115/2013 de 7 de Agosto, com republicação. Tendo em vista o prosseguimento de estudos para a obtenção de grau académico (Mestrado ou Doutoramento), os estabelecimentos de ensino superior poderão creditar ECTS de acordo com o regulamento de creditação de formação vigente em cada instituição de ensino superior. O certificado emitido pode também ser considerado para efeitos de valorização da candidatura num concurso público ou privado em Portugal, de acordo com o regulamento específico do concurso. Esta forma o ter de ser registada no SIGO e apenas válida para cidadãos portugueses e/ou cidadãos estrangeiros detentores de passaporte ou outro documento de identificação com visto de residência válido em Portugal, emitido pelo SEF.

BIBLIOGRAFIA

A bibliografia essencial e de apoio aos módulos apresentada no programa específico do mesmo.