

ÁREA DE FORMAÇÃO: MARKETING DIGITAL

CONTENT MARKETING – DO PLANEAMENTO À EXECUÇÃO

DATA	HORÁRIO	DURAÇÃO	LOCAL
04/02/2026	9h/13h	12 horas	Online
05/02/2026	9h/13h		
06/02/2026	9h/13h		

OBJETIVO GERAL:

Desenvolver e implementar estratégias integradas de marketing de conteúdo que reforcem o posicionamento, a credibilidade e a notoriedade das marcas no ecossistema digital, assegurando a coerência entre a identidade da marca, os objetivos de negócio e as necessidades dos diferentes públicos-alvo.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- ✓ Compreender o papel estratégico do marketing de conteúdo no ecossistema digital e no funil de conversão.
 - ✓ Identificar e definir objetivos de conteúdo alinhados à estratégia global de marketing e comunicação da marca.
 - ✓ Aplicar técnicas de *storytelling* e construção de um tom de voz coerente com a identidade da marca.
 - ✓ Desenvolver planos e calendários editoriais para diferentes plataformas e públicos-alvo.
 - ✓ Produzir conteúdos otimizados, assegurando visibilidade e relevância orgânica.
 - ✓ Selecionar formatos e canais adequados às metas de comunicação e aos hábitos de consumo dos utilizadores.
 - ✓ Integrar ferramentas digitais de planeamento, gestão e automação de conteúdos.
 - ✓ Analisar o desempenho dos conteúdos através de métricas, indicadores e dashboards.
 - ✓ Interpretar dados e gerar insights acionáveis para melhoria contínua das estratégias de conteúdo.
 - ✓ Avaliar o ROI do marketing de conteúdo, demonstrando o seu contributo para os resultados do negócio.
-

CONTEÚDOS:

Tema	Carga horária	Conteúdos
Estratégia de Content Marketing	2h	<ul style="list-style-type: none"> ➤ O papel do conteúdo no ecossistema digital; ➤ Marketing de conteúdo vs publicidade tradicional; ➤ Funil de marketing e jornada do consumidor; ➤ Alinhamento entre objetivos de negócio e estratégia de marketing de conteúdo digital; ➤ Definição de KPIs e métricas de sucesso.
Branding e Storytelling Digital	2h	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Princípios do <i>Storytelling</i>; ➤ Técnicas de narrativas e <i>Storytelling</i> para diferentes canais; ➤ Coerência entre tom, imagem e posicionamento.
Planeamento Editorial e Gestão de Conteúdos	2h	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Planeamento de conteúdos multicanal; ➤ Definição de <i>personas</i> e mapeamento de conteúdos; ➤ Tipologias de conteúdo; ➤ Ferramentas de planeamento e automatização.
Formatos e Plataformas Digitais	2h	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Tendências de formatos; ➤ Estratégias de distribuição: <i>owned, earned e paid media</i>; ➤ Melhores práticas por plataforma digital.
Otimização de Conteúdos Digitais	2h	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Princípios de otimização de conteúdos para diferentes plataformas; ➤ Táticas de distribuição orgânica e amplificação de alcance.
Métricas, Análise e ROI da Estratégia de Conteúdo	2h	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Métricas de <i>engagement</i>, alcance e conversão; ➤ Ferramentas de monitorização e dashboards; ➤ Interpretação de dados e tomada de decisão baseada em insights.

PREÇO ASSOCIADO: 210€ +IVA

PREÇO NÃO ASSOCIADO: 270€+IVA



FORMADOR: CRISTINA VERÍSSIMO

Especialista nas áreas de Marketing, Comunicação e Gestão de Marcas, Cristina Veríssimo é, atualmente, diretora de Marketing e Comunicação e membro da Direção Executiva da Amorim Cork Composites.

Com um conhecimento profundo e abrangente em estratégias de Marketing Digital destinadas a aumentar vendas e a alavancar a notoriedade de marcas B2C e B2B, acumulou uma experiência de mais de 20 anos na direção de Marketing e Comunicação em empresas ligadas aos setores do Retalho, FMCG e Indústria.

Possui uma Licenciatura em Comunicação e uma Pós-graduação em Assessoria Mediática e RP, a par de formação em vários programas executivos em Gestão e Administração de Empresas, Marketing, Marketing Digital, Social Media, E-commerce e Gestão de Produto.