Plano de Curso

Como Criar um Calendário de Marketing Digital

Dados Básicos do Curso

Total de horas:	Aproximadamente 1 hora
Professor:	Wesley Muniz
Formação Acadêmica:	Bacharel em Publicidade e Propaganda, especializado em Tendências em Mídias Sociais e Pós-Graduando em Neurociências e Psicologia Aplicada.
Link para o LinkedIn:	linkedin.com/in/wesleymuniz/

Objetivos Gerais do Curso:

Apresentar como essa ferramenta de gestão contribui para o planejamento das ações de marketing, ajudar a estruturar e guiar as ações estratégicas para determinados objetivos ao longo do período pré-determinado.

Objetivos Específicos do Curso:

Neste curso você vai entender como o calendário de marketing pode ajudar na gestão das suas campanhas.

Foco: Permitir uma visão geral sobre como utilizar técnicas de planejamento de comunicação e mídia em plataformas digitais com foco no consumidor, para construir uma relação mais contextualizada gerando consideração e intenção de compra a curto, médio ou longo prazo.

Ideia central: Entender de forma simplificada como desenvolver um plano estratégico de comunicação e vendas através de um calendário de marketing.

Síntese: Desenvolver conteúdo e campanhas digitais de forma contextualizada, centrada nas diversas realidades e jornada dos consumidores, de forma afetiva e com significado.

Aulas do Curso:

- O que é um Calendário de Marketing (02:21)
- Porque usar Calendário de Marketing (12:11)
- Planejando e Entendendo os Momentos (15:06)
- Momentos Chave (08:28)
- Planejando um Calendário de Marketing (09:34)
- Momentos Únicos (06:22)
- Ampliando Estratégias Criativa (02:02)

Metodologia e Atividades dos Curso:

O aluno deverá iniciar o curso com uma ambientação, composta de uma pequena apresentação interativa, que apresenta o mapa da disciplina, as trilhas de aprendizagem, as atividades e o desempenho exigido para a certificação regular.

Após, o aluno deverá assistir aos vídeos (7 vídeos, com a duração total de 56 minutos), depois responder um questionário com 15 perguntas de múltipla escolha e acertar no mínimo 10.

Após assistir a todas as aulas e obter o desempenho mínimo no questionário, o aluno deverá responder a uma pesquisa de opinião e, depois, poderá emitir seu certificado na área designada como certificado.

Seguem as etapas ou unidades do curso:

Ambientação:

- Conheça nosso Projeto
- O que você aprenderá?
- Pesquisa Inicial

Videoaulas: 7 aulas (duração total – 00:56:04)

Questionário: 15 questões (desempenho mínimo: 10 acertos)

Certificado:

- Responda à pesquisa de opinião
- Emita seu certificado

Referências para estudos e consulta:

Para Leitura:

- Answer the Public: https://answerthepublic.com/
- Trends: https://trends.google.com.br/
- Audience Insights - Facebook: https://www.facebook.com/business/insights/tools/audience-insights
- Medir os Resultados - Twitter: https://marketing.twitter.com/latam/pt/solutions/measure-results/audience-insights
- Think with Google: https://www.thinkwithgoogle.com/
- IBGE: https://www.ibge.gov.br/
- Kantar Ibope Media: https://www.kantaribopemedia.com/

Vídeos:

- Contexto é tudo: https://www.youtube.com/watch?v=wSV_YbUWQMk
- O que é Contexto: https://www.youtube.com/watch?v=hwILNk31vvc
- Qual é o problema do Contexto no Marketing Digital: https://www.youtube.com/watch?v=TEJV2WycSiQ
- Como fazer um plano de Marketing Digital começando do zero: https://www.youtube.com/watch?v=YbqjWnLi2dg