

## EDITAL

ESCOLA SUPERIOR DE TECNOLOGIA E GESTÃO DE OLIVEIRA DO HOSPITAL (ESTGOH)

ANO LETIVO 2025/2026 – 1.ª EDIÇÃO

### MICROCREDENCIAÇÃO EM MARKETING DIGITAL

Nos termos do Despacho n.º 5051/2017, de 6 de junho, do Instituto Politécnico de Coimbra, faz-se saber que está aberto concurso de acesso ao curso de Microcredenciação em Marketing Digital: Estratégias para o Sucesso do seu Negócio, o qual se rege pelas seguintes disposições:

#### 1 - Condições de admissão

Podem candidatar-se ao curso de Microcredenciação em Marketing Digital, titulares da escolaridade obrigatória.

#### 2 - Número de vagas

Sob proposta da Presidente da Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Oliveira do Hospital (ESTGOH), ouvido o respetivo Conselho Técnico-Científico, fixa-se o seguinte número de vagas para ingresso: 25 vagas.

N.º mínimo de inscritos para funcionamento do curso: 15.

#### 3 - Critérios de seleção e de seriação dos candidatos

Os candidatos admitidos no concurso de acesso à Microcredenciação serão classificados pelo júri tendo em atenção os seguintes critérios:

- Cronológico: a seriação será realizada através da data/hora da lacragem da candidatura, sendo os candidatos colocados sucessivamente até ao número limite de vagas.

#### 4 - Normas e prazos de candidatura

4.1 - As candidaturas são efetuadas on-line, através do endereço <https://infoestudante.ipc.pt/>.

Os prazos de candidatura e matrícula decorrem de acordo com o seguinte calendário:

| Ação   | Prazos                                   |
|--|--|
| Apresentação da candidatura                              | Até 15 de janeiro de 2026                |
| Validação das candidaturas pelos Serviços                | Até 16 de janeiro de 2026                |
| Disponibilização de lista de seriação provisória         | 19 de janeiro de 2026                    |
| Reclamações <sup>(a)</sup>                               | Até 21 de janeiro de 2026 <sup>(b)</sup> |
| Decisão sobre reclamações / lista de seriação definitiva | 22 de janeiro de 2026                    |
| Matrícula e inscrição de candidatos colocados            | De 23 a 26 de janeiro de 2026            |

- (a) As reclamações deverão ser submetidas, no prazo indicado, na plataforma de gestão académica – *Inforestudante*, através de “requerimento para reclamação no âmbito de uma candidatura”. Eventuais reclamações realizadas por outra via não serão objeto de análise.
- (b) As reclamações podem ainda ser apresentadas e decididas até ao fim dos prazos previstos no Código de Procedimento Administrativo.

4.2 - No processo de candidatura devem ser anexados os seguintes documentos em suporte digital, sob pena de não admissão pelo Júri:

- a) Digitalização de documento comprovativo de identificação civil (bilhete de identidade, cartão de cidadão ou passaporte com a devida autorização do próprio para utilização exclusiva no âmbito da candidatura (a não submissão deste documento implica a apresentação do original nos Serviços Académicos da ESTGOH dentro do prazo da candidatura);
- b) Digitalização do NIF (Número de Identificação Fiscal com a devida autorização do próprio para utilização exclusiva no âmbito da candidatura (a não submissão deste documento implica a apresentação do original nos Serviços Académicos da ESTGOH dentro do prazo da candidatura);
- c) Comprovativo de IBAN pessoal (a utilizar para a devolução dos montantes pagos no caso de não abertura da microcredenciação ou para pagamento da bolsa Impulso, se aplicável);
- d) Certificado de habilitações.

4.3 - A taxa de candidatura é criada no momento da formalização da candidatura, devendo ser regularizada através da referência bancária gerada e disponibilizada na finalização do processo de candidatura.

4.4 - A não apresentação, no prazo de candidatura, dos documentos exigidos, é motivo de exclusão do concurso.

## 5. Taxas e propina

### 5.1 – Montantes

|                                      |
|--------------------------------------|
| Taxa de candidatura – 25,00€         |
| Taxa de matrícula/inscrição – 25,00€ |
| Propina – 125,00€ <sup>(a)</sup>     |

<sup>(a)</sup> A pagar no ato de matrícula/inscrição.

5.2 - O não pagamento da taxa de candidatura até ao termo do prazo de apresentação de candidaturas implica a caducidade da candidatura e inviabiliza a sua apreciação.

5.3 - O não funcionamento da Microcredenciação por decisão do órgão competente confere direito à devolução da taxa de candidatura e, se aplicável, do montante de propinas pago.

## 6. Bolsas

Os formandos que frequentem a Microcredenciação em Marketing Digital concorrem a uma Bolsa Impulso (apoio financeiro para comparticipação de encargos com as propinas do curso), nos seguintes termos:

- a) Número de bolsas a atribuir: 15;
- b) Valor da bolsa: 125,00 €;
- c) Critérios de seriação: apenas são elegíveis para recebimento de bolsa os candidatos com aproveitamento escolar, sendo seriados de acordo com os critérios de seriação do curso (ver ponto 3. acima);
- d) Data de pagamento: no final do curso mediante seriação.

## 7. Conteúdos programáticos

Os objetivos de aprendizagem, o plano de estudos e os respetivos conteúdos programáticos constam do anexo I, tendo sido aprovados em reunião do Conselho Técnico-Científico da ESTGOH na reunião n.º 206, de 6 de fevereiro de 2025.

## 8. Júri

O júri de seleção, classificação e seriação dos candidatos é constituído pelos seguintes elementos:

- Presidente: Doutor Ricardo Filipe Carreira Ramos
- Vogal: Doutora Nayra Leandro Miguel Martins
- Vogal: Doutor Nuno Miguel Fortes Fonseca Santos

## 9. Funcionamento do Curso

9.1 - Local de funcionamento: Escola da Bairrada - Anadia

9.2 - O curso tem a duração de 26 horas de contacto, em regime *b-learning*, e decorrerá nos seguintes dias e horas:

| Dia                | Horário                       | Tipologia de aula |
|--------------------|-------------------------------|-------------------|
| sábado, 31/01/2026 | 10h00 – 13h00 e 14h00 – 18h00 | Presencial        |
| terça, 03/02/2026  | 18h00 – 22h00                 | Online            |
| quarta, 04/02/2026 | 18h00 – 21h00                 | Online            |
| quarta, 11/02/2026 | 18h00 – 22h00                 | Online            |
| quinta, 12/02/2026 | 18h00 – 21h00                 | Online            |
| sábado 21/02/2026  | 10h00 – 13h00 e 14h00 – 16h00 | Presencial        |

9.3 – A conclusão da Microcredenciação, com aproveitamento, confere direito à emissão de um certificado de conclusão.

9.4 - A avaliação em época normal decorrerá durante ou imediatamente após a lecionação da unidade curricular.

9.5 - Época de recurso e melhoria de nota: Não aplicável.

9.6 - Os métodos de avaliação da unidade curricular serão definidos na respetiva ficha de edição.

## **10. Calendário Escolar**

Período letivo (incluindo avaliações na época normal): de 31 de janeiro de 2026 a 14 de fevereiro de 2026.

## **11. Creditação**

Não aplicável.

## **12. Dúvidas e casos omissos**

As dúvidas de interpretação e os casos omissos serão decididos pela Presidente da ESTGOH, ouvida a Coordenação do Curso.

A Vice-Presidente da Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Oliveira do Hospital,

Paula Cristina Mendes dos Santos Coelho

(Ao abrigo da delegação de competências prevista no Despacho n.º 4634/2025, de 3 de abril, publicado no Diário da República n.º 74, 2.ª Série, de 15 de abril)

## Anexo I – Objetivos de aprendizagem, plano de estudos e conteúdos programáticos

### Objetivos de aprendizagem

Pretende-se que, no final do curso de formação, os formandos tenham ampliado a sua compreensão do processo estratégico de marketing, assim como tenham adquirido competências técnicas e analíticas para a implementação de uma campanha de marketing digital.

### Plano de estudos

| Unidade Curricular | Módulos   | Horas de trabalho | Horas de contacto (presenciais e a distância) | ECTS |
|--------------------|---|-------------------|---|------|
| Marketing Digital  | Introdução ao Marketing Digital – do marketing 1.0 ao marketing digital | 81                | 3   | 3    |
|                    | Introdução ao e-commerce e web design                                   |                   | 4   |      |
|                    | Redes sociais   |                   | 4   |      |
|                    | Ferramentas Google  |                   | 4   |      |
|                    | Ferramentas de criação e edição de conteúdos para a comunicação         |                   | 3   |      |
|                    | SEO: Search Engine Marketing  |                   | 3   |      |
|                    | SEM: Search Engine Marketing  |                   | 3   |      |
|                    | Base de dados, nova legislação, e. email / SMS Marketing                |                   | 2   |      |
| Total              |   | 81h               | 26h   | 3    |

### Conteúdos programáticos por módulos

#### Introdução ao Marketing Digital – do marketing 1.0 ao marketing digital

- Qual a origem do marketing?
- O que é o marketing?
- Objetivos do marketing
- Marketing (digital) Mix
- O consumo na era digital
- O público-alvo
- Marketing de guerrilha

#### Introdução ao e-commerce e web design

- Perceber o funcionamento de websites, e-commerce
- Destacar pontos de venda únicos, comodidades e experiências dos clientes

- Navegação amigável e design responsivo para uma experiência do utilizador otimizada
- Introdução às ferramentas de análise e rastreamento do website para avaliação de desempenho
- Primeiros passos no e-commerce:
  - O que é e-commerce?
  - Plataformas para criação de plataformas e-commerce.
  - Como otimizar um e-commerce: automação de marketing, métodos de pagamento, chatbots, mensuração e reporting

## Redes sociais

- Criação de Conteúdo Cativante para Redes Sociais:
  - Desenvolvimento de uma estratégia de conteúdo adequada ao seu público-alvo;
  - Criação de conteúdo visualmente apelativo e envolvente para publicações em redes sociais;
  - Incorporação de técnicas de storytelling na sua estratégia;
  - Exploração de diferentes formatos de conteúdo, como imagens, vídeos e respetivas derivações
  - Utilização de ferramentas e aplicativos online para criar visuais de qualidade profissional
  - Melhores práticas para manter consistência visual e identidade da marca
- Estratégias de Publicidade em Redes Sociais:
  - Introdução à publicidade em redes sociais e seus benefícios;
  - Configuração de campanhas publicitárias direcionadas em plataformas como Facebook e Instagram;
  - Definição de segmentos e demografias de público-alvo para segmentação de anúncios;
  - Monitorização e otimização do desempenho dos anúncios para alcance máximo e conversões;
- Utilização Instagram, Facebook e outras
  - Explorar as funcionalidades de histórias, reels e IGTV do Instagram para conteúdo envolvente;
  - Estratégias para aumentar o envolvimento e interação dos seguidores no Instagram;
  - Colaboração com influenciadores e conteúdo gerado pelo utilizador no Instagram;
  - Resposta a comentários, mensagens e menções para construir relações com os clientes.

## Ferramentas Google

- Google Analytics:
  - Introdução ao Google Analytics;
  - Configuração e implementação do código de acompanhamento;
  - Métricas e dimensões fundamentais;
  - Análise de tráfego do website;
  - Relatórios personalizados
  - Acompanhamento de conversões e metas
  - Segmentação de audiência
- Google Ads:
  - Introdução ao Google Ads
  - Tipos de campanhas (Pesquisa, Display, Vídeo, Shopping)
  - Configuração de campanhas e grupos de anúncios
  - Seleção de palavras-chave e match types
  - Criação de anúncios eficazes

- Bidding strategies e orçamento
- Monitorização e otimização de campanhas
- Utilização do Google Ads Editor
- Google Search Console:
  - Introdução ao Google Search Console
  - Configuração e verificação do website
  - Relatórios de desempenho de pesquisa
  - Correção de problemas de indexação
  - Análise de backlinks
  - Relatórios de cobertura e melhorias
- Google My Business:
  - Configuração e verificação do perfil
  - Gestão de informações de negócio
  - Estratégias para obter e responder a reviews
  - Utilização de posts e atualizações
  - Análise de insights e métricas de desempenho

### **Ferramentas de criação e edição de conteúdos para a comunicação**

- Canva:
  - Introdução ao Canva
  - Criação de designs para redes sociais, apresentações, e materiais de marketing
  - Utilização de templates e elementos de design
  - Edição de texto e imagens
  - Colaboração e partilha de designs
- Hootsuite:
  - Introdução ao Hootsuite
  - Gestão de múltiplas contas de redes sociais
  - Programação de posts e conteúdo
  - Monitorização de interações e menções
  - Análise de desempenho e relatórios
  - Colaboração em equipe e fluxos de aprovação
- Mailchimp:
  - Introdução ao Mailchimp
  - Criação e gestão de listas de contatos
  - Design e envio de campanhas de email marketing
  - Automação de marketing por email
  - Análise de desempenho de campanhas
  - Integração com outras ferramentas de marketing

### **SEO: Search Engine Marketing**

- Introdução ao SEO:
  - Como é que a Google indexa os resultados que disponibiliza aos seus utilizadores
  - Compreensão dos fundamentos da Otimização para Motores de Busca (SEO)
  - Copywriting para a web
- Keywords:
  - Pesquisa de palavras-chave e estratégias de otimização para websites
  - Ferramentas úteis para uma melhor gestão do SEO
- Técnicas de SEO:

- Como melhorar o desempenho do seu site com SEO On-site, off-site e on-page
- Técnicas de SEO local para atrair hóspedes e visitantes próximos
- Medir e melhorar a visibilidade e classificação do website nos motores de busca

### **SEM: Search Engine Marketing**

- Introdução ao tráfego pago:
  - O que é tráfego pago • Vantagens e desvantagens
  - Tipos de formatos de publicidade online SEM – Search Engine Marketing:
    - Ad Rank & Google Quality Score
    - Google Search Ads & Display Ads
    - Remarketing
- Definição de Objetivos e KPIs:
  - Estudo da concorrência
  - Definição de Público-Alvo
  - Acompanhamento de métricas-chave como engagement, reach, impressions, and click-through rates
  - Cálculo de ROI – return on investment e impacto da campanha

### **Base de dados, nova legislação, e. email / SMS Marketing**

- Introdução à Gestão de Base de Dados:
  - Conceitos básicos de bases de dados
  - Tipos de bases de dados (relacionais e não relacionais)
  - Estruturação e organização de dados
  - Ferramentas para gestão de bases de dados (ex: CRM)
  - Importância da integridade e segurança dos dados
- Legislação de Proteção de Dados:
  - Introdução ao Regulamento Geral de Proteção de Dados (RGPD)
  - Princípios fundamentais do RGPD
  - Direitos dos titulares dos dados
  - Obrigações dos responsáveis pelo tratamento de dados
  - Boas práticas para conformidade com a legislação
  - Exemplos de casos de não conformidade e suas consequências
- E-mail Marketing:
  - Princípios e estratégias de e-mail marketing
  - Ferramentas de e-mail marketing (ex: Mailchimp, SendinBlue)
  - Criação de listas de e-mail e segmentação de audiência
  - Design e criação de campanhas de e-mail
  - Automação de e-mails e funis de vendas
  - Melhores práticas para aumentar taxas de abertura e cliques
  - Análise de desempenho e métricas importantes (CTR, Open Rate, Conversion Rate)