

# DIGITAL & CONTENT MARKETING

## DATAS

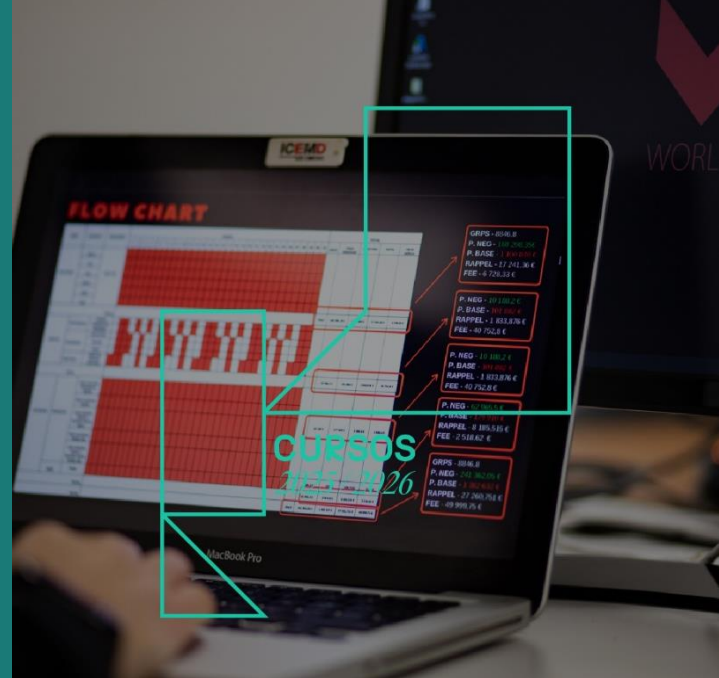
Out 2026  
a Jul 2027

## HORÁRIOS

3<sup>a</sup> e 5<sup>a</sup>  
19h00 – 23h00

## VAGAS

14 (mínimo 8)



## DURAÇÃO

310h (290h c/ formador)  
+ Estágio 160 a 480h

## PARTICIPANTES

14 (mínimo 8)

## HORÁRIOS

Terças e Quintas, 19h00 – 23h00

Reposições de aulas às 3<sup>a</sup> e 5<sup>a</sup> no mesmo horário; masterclasses pontuais noutros dias e horas.

## Porquê o curso de DIGITAL & CONTENT MARKETING da WORLD ACADEMY?

Porque, além de interagires com profissionais e aprenderes as principais ferramentas e técnicas da área, ou interagires com outros cursos, é o único curso do mercado onde tens **práticas aprofundadas de escrita, fotografia, vídeo e design para a área digital**, e ainda, **Estágio curricular** incluído.

## A QUEM SE DESTINA

Estudantes e profissionais de qualquer área que queiram dominar o Marketing Digital ao nível da estratégia, ferramentas, conteúdos e criatividade.

## OBJETIVOS

Formar Profissionais em Marketing Digital, com capacidades ao nível de estratégia, planeamento, criação e gestão de conteúdos e ainda, avaliação de eficácia.

## SAÍDAS PROFISSIONAIS

Agências de publicidade e de comunicação, agências digitais, departamentos de marketing e comunicação de empresas e organizações, projetos pessoais na área digital. **Excelentes saídas profissionais.**

# CONTEÚDOS

## **INTRODUÇÃO AO MARKETING DIGITAL (15h)**

O marketing digital como área do marketing: semelhanças, diferenças e integração 360°. Marcas, reputação e relação com o cliente. A nova natureza social do marketing. Content Marketing. Marketing Contextual. Paid Media (ads) / Owned Media (email) / Earned Media (organic). Consumidores informados e ativos nas redes. Novas tecnologias digitais: AI, Data Science, Automação entre outras. Privacidade, transparência e partilha de informação. Estratégia e sua relação com o marketing e a publicidade. Planos estratégicos e case studies.

## **CONTENT TOOLS: ESCRITA (12h)**

Redes sociais: principais redes e formatos (tiktok, instagram, youtube), temáticas, públicos e estilos.

Escrita para marcas, entretenimento e conteúdos próprios.

Escrita criativa, identidade na escrita e AI como ferramenta.

**Exercícios práticos de escrita.**

## **CONTENT TOOLS: FOTOGRAFIA (24h)**

Noções sobre tecnologia e linguagem fotográficas. Operação com câmaras fotográficas e telemóveis. Trabalho em exterior e estúdio. Noções básicas de pós-produção (Photoshop, outros): recorte, montagem, grading. Uso da AI.

**Exercícios práticos com pessoas, espaços e produtos.**

## **CONTENT TOOLS: DESIGN (24h)**

Noções elementares sobre design gráfico. Photoshop e Canvas para design. Trabalho com texto, criação de imagens gráficas, integração com fotografia. AI como ferramenta. Formatos digitais: redes sociais, sites, entre outros. **Exercícios práticos com marcas e produtos ou serviços.**

## **CONTENT TOOLS: VÍDEO (24h)**

Noções sobre tecnologia vídeo e linguagem audiovisual. Filmar e editar para conteúdos digitais. Operação base com telemóvel e câmaras de vídeo, iluminação e áudio. Exercícios práticos em exterior e estúdio. Noções básicas de pós-produção vídeo em CapCut e Premiere. Edição, sonorização, grafismo e exportação para vários formatos.

**Exercícios práticos de vídeo em formato curto para redes sociais e telemóveis.**

## **CONTENT MARKETING (21h)**

A importância do Content Marketing e **Criação de Conteúdos**. A criação das personas do consumidor. Storytelling e Brand Voice. Criação de narrativas partilháveis. Técnicas de brainstorm. Tipos de conteúdos digitais. Escolher as melhores tecnologias para os conteúdos. Blogging com o consumidor. Marketing viral. A importância das imagens. Plataformas para a criação e marketing de conteúdos com imagem. **Exercício** ao longo do módulo: 1 - escolha de negócio; 2 - Procura de insight; 3 - Criação de nome; 4 - Criação de Identidade visual (esboço); 5 - Criação de Brand Voice; 6 - Criação de site (maquete); 7 - **Lançamento da marca nas redes sociais** (plano).

## **WEB DEVELOPMENT (27h)**

Introdução aos Content Management Systems (CMS). Capacidades e limitações dos CMS. Hosting. Metadados, tags, e categorização de conteúdo. Sites, blogs e landing pages. Wordpress: criação de sites a partir de temas. Análise de vários temas e funcionalidades dos mesmos. Noções de UI/ UX. Criação e edição de posts; formatação de elementos; inserção de links; imagens, vídeo e áudio. Criação de páginas adicionais. O painel de administração. Organização e categorização de conteúdo. Sistemas de comentários e gestão de spam. Ligação das plataformas sociais ao site. Instalação e utilização de plugins no Wordpress. Outros sistemas e suas características: Wix entre outros. **Exercícios práticos de criação de site.**

## DIGITAL & CONTENT MARKETING

---

### SEARCH ENGINE MARKETING (36h)

Definição e características do SEO e do SA; anatomia de uma SERP; SEO; indexação vs catalogação vs posicionamento. Estudo de caso: importância da protecção de uma marca online como estratégia de SEO; análise dos fatores on site que influenciam o posicionamento; conteúdo; arquitetura; HTML; análise dos fatores off site que influenciam o posicionamento; reputação; links; pessoal; social; ciclo de SEO. Publicidade com Google Ads: search, display, video, outros. AI no marketing. Estudo de caso: criação de um plano estratégico e de ação baseado nos resultados de uma auditoria; KPI de avaliação sucesso do SEO (Web Analytics). **Exercícios práticos.**

### SOCIAL MEDIA (27h)

Criação de conteúdos partilháveis: o consumidor como embaixador da marca. Criação de estratégia de presença da marca nas redes sociais. **Trabalhar com marcas e rentabilidade:** patrocínios, afiliação, product placement, unboxing, monetização, venda própria, etc. Regras e limitações da política de conteúdo. Automatização de posts. Angariação de fãs (pago e orgânico). Gestão de publicidade (**social paid media**) no Facebook, Instagram entre outros. Outras redes como ferramenta de publicação, marketing e advertising: TikTok, Twitter, LinkedIn, Pinterest, entre outras. Podcasts e Streaming. Criação de comunidades online; encontrar e definir a audiência, interessar e converter em presença nas redes da marca. Gestores de comunidades: a cara e a voz da marca online. Boas práticas de comunicação. **Influencer marketing.** Análise de case-studies e exercícios práticos. **Exercício prático real em interação com alunos de outro curso da World Academy.**

### EMAIL MARKETING (15h)

Objetivo e definição de estratégias. Trabalho com bases de dados. Legislação aplicável a bases de dados e emails. Segmentação e personalização de contactos. Técnicas para captação de respostas. **Automação.** Estrutura das mensagens. Tipologias e criação de newsletters. Plataformas de email marketing (Egoi entre outras). Follow up, métricas e desempenho. **Exercícios práticos.**

### E-COMMERCE (15h)

Como funcionam negócios e vendas online: jornada de compra e case studies. Estratégia de marketing para plataformas de comércio eletrónico. Reconhecer os objetivos empresariais. Lead generation. Reviews: conteúdo gerado pelo consumidor. Campanhas de email com compra direta. Estratégias de personalização do consumidor. Implementação de programas de lealdade. Plataformas de e-commerce (Shopify, etc). **Exercício prático.**

### PROJETO FINAL (44h)

**Projeto de planeamento estratégico para campanhas de marketing digital:** briefing, estudo de mercado, objetivos e estratégia, insight criativo, criação de conteúdos, planeamento media, gestão e avaliação de resultados. **Briefing real** apresentado e escolhido pelos alunos e apresentado a um júri de profissionais do mercado. Cada equipa pode recorrer à participação extracurricular de alunos de outros cursos e áreas da World Academy para a produção de alguns conteúdos. **Dicas de mercado personalizadas, do júri e do formador, na apresentação.**

### MARCA PESSOAL E MERCADO (3h)

Marca Pessoal: Afirmar e destacar a identidade de cada aluno em contexto profissional, concretamente nome e imagem, tendo em conta o percurso, gostos pessoais, sonhos e projetos. Definir e apurar a identidade de cada aluno como diferenciadora, genuína e única.

Comportamento Profissional: como contactar e se apresentar a entidades empregadoras; como se comportar numa entrevista de estágio/emprego; como se comportar em contexto de trabalho.

Elaboração de CV, Portfolio e Conteúdos Digitais: prioridades, destaques, clareza e design no cv; seleção de portfólio com critérios de qualidade e diversidade; decisão dos canais e redes digitais de comunicação e de tipo de conteúdos a criar e publicar, coerentes com a marca pessoal e os objetivos de cada aluno.

### MASTERCLASSES (3h)

O curso inclui ainda, no mínimo, 1 Masterclass com 1 Profissional de referência no mercado e na área do Curso.

## DIGITAL & CONTENT MARKETING

---

Adicionalmente, a escola disponibiliza anualmente a cada aluno a possibilidade de participar em mais de 20 Masterclasses nas mais diversas áreas. O curso inclui ainda, no mínimo, 2 **Masterclasses com Profissionais de referência no mercado e na área do Curso.**

Adicionalmente, a escola disponibiliza anualmente a cada aluno a possibilidade de participar em mais de 20 **Masterclasses** nas mais diversas áreas.

### FORMAÇÃO INTERCURSOS

Todos os alunos e cursos da escola interagem, pelo menos uma vez, com outro curso. Estimulando assim o trabalho em equipa e dando uma experiência ainda mais real de mercado.

### ESTÁGIO CURRICULAR

**Estágio** em contexto real de trabalho, com período mínimo de 160h e máximo de 480h (1 a 3 meses). Sujeito a avaliação prévia positiva (10 em escala 0-20) na componente académica do curso. Datas dos estágios a marcar entre Maio e Dezembro de 2027. Todos os estágios incluem orientador na entidade acolhedora.

### ORIENTAÇÃO PROFISSIONAL

Adicionalmente, a World Academy recebe regularmente **Ofertas de Emprego** que envia a ex alunos e dá Orientação Profissional em relação a criação de currículos e portfólios, orientações para responder a candidaturas, regras e procedimentos em estágio, entre outras necessidades dos nosso alunos.

### PRÉMIOS E DISTINÇÕES

Vários trabalhos de alunos nas mais diversas áreas, têm sido mostrados, nomeados ou premiados em múltiplas plataformas, mostras e festivais.

## *FORMADORES*

(podem variar consoante turma)

COORDENADOR PEDAGÓGICO | Ana Borges, Formadora Comportamental

Dinamene Rodrigues, Designer

Fábio Silva, Realizador

Hugo Oliveira, Digital Marketing Director Syone

Inês Costa Monteiro, Fotógrafa e Diretora Criativa

Joana Ponte, Marketing Digital | Estratégia | Gestão de Marca

João Jonas, Marketing Digital | Strategy

Jorge Coelho, Creative Director | Planner | Co-

Founder at 5002

Júlio Rodrigues, Digital Business Developer

Laura Tomás, Digital Marketing Specialist

Martim Mariano, Ghostwriter, Storytelling, Escrita Criativa.

Sofia Bogarim, Marketing & Comunicação

Teresa Sousa, Engine Marketing

+ convidados (clientes de marcas e júri módulo final)

## *ESPAÇO E EQUIPAMENTOS*

Sala com um computador por aluno, LCD e internet. Principais softwares: Adobe Premiere, Photoshop, Capcut. Câmaras DSLR com lentes zoom e lentes fixas, grip e outros acessórios. Equipamento de iluminação e de áudio para exteriores. Estúdio e equipamento profissional de fotografia. Estúdio de vídeo equipado para produções com uma ou várias câmaras e régie. Estúdio de Som. Auditório. Câmaras de televisão e de cinema digital. Nota: os principais equipamentos e softwares usados neste curso estão descritos nos “Conteúdos”.

### **UTILIZAÇÃO DE MEIOS**

Os alunos poderão solicitar espaços e meios extra-aulas mediante disponibilidade e capacidade de uso.

## *PARCEIROS PRINCIPAIS DO CURSO*

5002	Fullsix	RTP
Altice Arena	Gerador	Shine Iberia
Canal 11	Havas Group	SIC
Canal Q	Jornal Expresso	SP Televisão
Clube de Criativos	JWT	Sporting TV
Cofina Media	LisbonLabs	TVI
Excentric Grey	Meo	Uzina
Festival Indielisboa	Milk & Black	Waynext
Festival Monstra	Moda Lisboa	Wy Group
Festival Rock in Rio	Observador	+ outros no site
Festival SBSR	Panavideo	
Freemantle	Plural	

### **APOIO A PROJETOS**

Anualmente, os alunos que se destaquem terão apoio preferencial em projetos não comerciais, que possam apresentar à escola e que necessitem de equipamentos e espaços profissionais.

### **BOLSAS**

Todos os anos a World Academy abre vagas para estágios internos, na modalidade de troca por curso, para alunos com bom perfil, mas que comprovem dificuldades financeiras sérias.

### **ENTIDADE DE CERTIFICAÇÃO**

Dgert

### **ORGANIZAÇÃO DA FORMAÇÃO**

Presencial – Aulas com Formador e exercícios autónomos.

## *INSCRIÇÕES*

<b>INSCRIÇÃO</b>	
100€ de 1 Abril a 31 Maio de 2026	150€ de 1 Junho a 31 Julho de 2026 250€ a partir de 1 de Agosto de 2026
<b>PREÇOS</b>	
3.000€	Pronto Pagamento 2.700€ (10% desconto)
9 meses x 333,33€	12 meses x 250€
<b>DESCONTOS</b>	
CONSULTAR SECRETARIA	
EX-ALUNOS E FORMADORES 10%	2 CURSOS 10% (num dos cursos)
PARCEIROS 5%	NOTA: descontos não acumuláveis

**NOTA:** As modalidades de pagamento apresentadas são válidas para cidadãos da União Europeia; os cidadãos de fora da UE deverão contactar a secretaria para receber mais informações.

## *CANDIDATURAS*

**1ª Etapa |** Marcação de entrevista para orientação e seleção.

**2ª Etapa |** Apresentação de currículo e ficha de candidatura.

Fator preferencial: formação ou experiência prévias em comunicação.

**3ª Etapa |** Entrevista

NOTA: Mínimo de 17 anos à data da candidatura.

12º ano de escolaridade ou percurso académico/profissional relevante para o curso.

### **INSCRIÇÃO**

Depois de aprovação em entrevista é necessário:

- Leitura e aceitação escrita do Regulamento e do Contrato.
- Cópia do certificado de habilitações, apresentação do cartão de cidadão, fotografia “tipo passe” e comprovativo de morada.
- Pagamento de Inscrição.

### **CONDIÇÕES GERAIS**

As condições de funcionamento e organização da formação, deveres e direitos do aluno, entre outras regras e procedimentos, devem ser consultados no Regulamento da World Academy. A leitura e aceitação dos termos do mesmo são obrigatórias antes do ato de inscrição.

A World Academy pode alterar o conteúdo aqui divulgado.