



FORMAÇÃO EM  
**MARKETING DIGITAL PARA ONGD**

09h30-13h00 | Dias 16 e 17 de Dezembro

FORMAÇÃO MINISTRADA POR:



UMA INICIATIVA DE:



## REFERENCIAL DE FORMAÇÃO

**Formação online em Marketing Digital para ONGD**  
**Dia 16 e 17 de dezembro das 9h30 às 13h00**  
**Inscrições [aqui](#), até dia 11 de dezembro**

### 1. ENQUADRAMENTO

A importância dos canais digitais como veículo de comunicação das organizações com os seus diversos públicos é, hoje em dia, incontornável e a pandemia de COVID-19 veio acelerar - ainda mais - o crescimento destes canais. O número de utilizadores de redes sociais, por exemplo, aumentou mais de 10% apenas no último ano, totalizando cerca de 3,96 mil milhões de utilizadores em julho de 2020 (Fonte: *WeAre Social + HootSuite*).

É, por isso, fundamental para qualquer organização estar presente nos canais digitais de forma ativa e consistente. No caso particular das ONGD, esta é uma oportunidade para darem a conhecer o real impacto do seu trabalho na Sociedade, e os resultados que derivam da sua intervenção direta. Só assim é possível garantir o envolvimento de todos os *stakeholders*, ajudando as ONGD a concretizarem o seu impacto institucional, político, legislativo, financeiro e social.

Plataforma Portuguesa das ONGD

RUA APRÍGIO MAFRA N.º 17 – 3.º DTO 1700-051 LISBOA

TELEFONE: +351 21 887 22 39 E-MAIL: INFO@PLATAFORMAONGD.PT

Os canais online promovem a rápida disseminação de informação e o diálogo entre instituições e os cidadãos em geral, assim, importa às ONGD saber:

- 1) Conceber e implementar uma estratégia de Marketing Digital ajustada à sua organização, garantindo a maximização de recursos – financeiros e humanos;
- 2) Comunicar as diferentes mensagens-chave de forma explícita e bem fundamentada, nos canais e formatos mais adequados para cada audiência;
- 3) Integrar as ações de Marketing Digital com o plano de atividades organizacionais ao longo do ano, de forma articulada e continuada.

É esta visão global, de uma estratégia de Marketing Digital eficiente e integrada, ajustada a cada organização; que se pretende partilhar com as associadas da Plataforma Portuguesa de ONGD, juntamente com uma forte componente prática.

## **2. FINALIDADES**

Dotar as Associadas da Plataforma Portuguesa de ONGD de competências na área de Marketing Digital.

## **3. DESTINATÁRIOS**

Colaboradores/as de Marketing e Comunicação das ONGD associadas da Plataforma Portuguesa, que pretendam obter conhecimentos básicos sobre a importância do Marketing Digital para a concretização dos objetivos das suas organizações. O curso destina-se a participantes que se encontram num nível de iniciante a intermédio na temática.

## **4. DATAS, LOCAL E HORÁRIO**

A formação decorrerá em regime online, em duas sessões em tempo real – a decorrerem, respetivamente, nos dias 16 e 17 de dezembro de 2020 (entre as 9h30 e as 13h00).

## **5. OBJECTIVOS PEDAGÓGICOS**

Os/as formandos/as deverão ser capazes de:

- Entender o panorama do Marketing Digital – evolução e tendências – e a importância de manter uma presença digital ativa e consistente;
- Compreender a importância do Marketing Digital no âmbito da Estratégia de Comunicação e Relações Públicas;
- Conceber uma estratégia de Marketing Digital diferenciada e aplicada às suas organizações, aos seus objetivos e públicos-alvo;
- Planear e implementar campanhas de Marketing Digital;
- Criar conteúdos digitais adequados aos diferentes canais e em linha com a estratégia de comunicação;

- Definir métricas adequadas e compreender a importância da avaliação e apresentação de resultados.

## 6. PROGRAMA MODULAR E CONTEÚDOS

Módulos	Conteúdos	Estratégias Formativas	Duração
Enquadramento	<ul style="list-style-type: none"> <li>• A crescente importância do Digital no contexto das ONGD</li> <li>• Tendências no Digital: <i>Facts &amp; Figures</i></li> <li>• A evolução das plataformas digitais: novas funcionalidades ao serviço das ONGD</li> <li>• Definições: clarificar conceitos e desmistificar ideias</li> </ul>	<p>Metodologia expositiva, com componente de interpelação aos/às formandos/as</p> <p>Serão propostas atividades de aprendizagem diferenciadas, que ficarão à opção dos/as participantes.</p>	1 horas
Como responder aos principais desafios para as ONGD	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desafios: Budget, Recursos Humanos, Ferramentas de Marketing Digital</li> <li>• Resposta: Metodologia, Rede de Contactos, Pesquisa e Criatividade</li> </ul>	Metodologia expositiva, com componente de interpelação aos/às formandos/as	1,5 horas
Estratégia de Marketing Digital	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicação Digital vs Marketing Digital: Quais as diferenças?</li> <li>• Abrangência do Marketing: Canais próprios, pagos e partilhados</li> <li>• Estratégia de Comunicação Integrada: O quê, como, porquê?</li> <li>• Reporting: Definição de Objetivos e Métricas; Avaliação de Resultados</li> </ul>	<p>Metodologia expositiva, com componente de interpelação aos/às formandos/as</p> <p>Campanhas digitais Avaliar escolhas: Canais, Mensagens, Formatos</p> <p><i>From Data to Insights:</i> Avaliar métricas e resultados.</p>	3,5 horas

## 7. CONDIÇÕES DE ACESSO À FORMAÇÃO

### A. Custos e apoios

**Associadas da Plataforma ONGD** (com quota regularizada - participação gratuita – no caso de não participação injustificada serão aplicadas sanções às ONGD nas próximas ações de capacitação)

**Associadas da Plataforma ONGD** (sem quota regularizada): 50€

## B. Inscrição

- i. **A inscrição deverá ser feita através do [formulário online](#) até ao dia 11 de dezembro 2020.**
- ii. A inscrição apenas se considera efetivada após submissão online do formulário de inscrição e envio de comprovativo de pagamento (nos casos aplicáveis).
- iii. Nº de formandos: O curso funcionará com um mínimo de 12 participantes e um número máximo de 20 participantes.

## C. Seleção

O processo de seleção é efetuado de acordo com os seguintes critérios:

- ✓ As admissões são limitadas ao número de vagas existentes, e por isso serão admitidas um representante por ONGD e seguindo a ordem de inscrição.

## D. Aprovação e Certificação:

- ✓ A emissão do certificado de frequência do curso apenas decorrerá mediante uma assiduidade de 75% nas sessões do curso.
- ✓ A emissão do certificado de conclusão do curso apenas decorrerá mediante uma assiduidade de 75% nas sessões do curso e a avaliação sumativa dos formandos/as.

## **8. METODOLOGIA**

O curso, em formato online, procurará disponibilizar uma diversidade de metodologias de aprendizagem aos/às formandos/as. Partindo de uma componente teórica (com recurso aos métodos interrogativo e expositivo dos conceitos teóricos da matéria e aos métodos ativos e participativos), apresentará também uma componente participativa, de acordo com as estratégias formativas evidenciadas no programa formativo.

## **9. MATERIAIS E RECURSOS PEDAGÓGICOS**

- Recurso a meios audiovisuais durante as sessões;
- Recurso a plataformas online interativas, para estimular a componente participativa;
- Artigos para leitura e discussão;

## 10. AVALIAÇÃO

A presente formação prevê uma avaliação formativa (de reação e satisfação dos/as formandos/as em relação à globalidade da formação e ao desempenho do/a formador/a).

## 11. RESUMO CURRICULAR DA EQUIPA DE FORMAÇÃO

### **Formadora Principal**

**Rita Fevereiro:** Licenciada em Comunicação Empresarial, possui um MBA em International Business pela European School of Economics em Londres. Em Portugal, passou pela Media Solutions onde foi responsável pela organização dos Prémios SAPO Publicidade Online; e pela Cunha Vaz & Associados, onde trabalhou a comunicação de organizações de diversos setores. Em Londres, foi responsável pelo lançamento global de startups e marketing digital, incluindo a FutureLearn, uma plataforma de cursos online gratuitos, na área de EdTech, que atingiu 5 milhões de utilizadores em três anos. Liderou a transformação digital do departamento de Marketing da Knect365 – Informa e a promoção de mais de 100 produtos na área de e-learning. Depois do regresso a Portugal, no final de 2019, assumiu o cargo de Head of Digital Marketing da ALL Comunicação, onde também trabalha a comunicação de organizações como a UNICEF Portugal.

### **Formadora Assistente**

**Joana Madeira Pereira:** Licenciada em Ciências da Comunicação, com especialização em Jornalismo, pela Universidade Nova de Lisboa. Atualmente, frequenta um Executive Master em Marketing Management no INDEG-ISCTE. Fez diversas formações no CENJOR - Centro Protocolar de Formação Profissional para Jornalistas, incluindo em Jornalista Multimédia e Escrita para Suportes Digitais. Durante 11 anos foi jornalista de Economia, no jornal Expresso e na revista Exame, com responsabilidade no acompanhamento de temas como Empreendedorismo, Emprego, Tecnologia, Agricultura e Indústria Agroalimentar, Gestão, Marketing e Recursos Humanos, entre outros. Desde 2018, dedica-se à consultoria em Comunicação, sendo atualmente Account Director na ALL Comunicação.