



MINI-MBA de Especialização em Empreendedorismo Digital e Marketing com IA

Como Criar, Promover e Gerir um Negócio Online- a Distância



Dra. Ana Rafaela Marques

Índice

Designação do Curso	2
Duração Total do Curso de Formação.....	2
Destinatários	2
Perfil de saída	2
Pré-Requisitos	2
Objectivo Geral	2
Objectivos Específicos	3
Estrutura modular e respectiva carga horária	3
Conteúdos programáticos	4
Metodologia	7
Avaliação dos Formandos	7
Recursos Didácticos	7
Equipa de Formação	8
Coordenador.....	8
Formadores.....	Erro! Marcador não definido.



MINI-MBA de Especialização em Empreendedorismo Digital e Marketing com IA **Como Criar, Promover e Gerir um Negócio Online- a Distância**

Duração Total:

50 Horas

Destinatários:

Este MINI-MBA de Especialização destina-se a empreendedores, pequenos empresários, gestores de pequenos negócios, freelancers, profissionais independentes, criadores de conteúdo e profissionais em transição de carreira que pretendam criar, estruturar, promover ou desenvolver um negócio no ambiente digital, com recurso a estratégias de empreendedorismo digital, marketing online, comunicação, vendas e ferramentas digitais, incluindo IA.

Perfil de saída:

Todos os alunos têm direito a um certificado de participação no MINI-MBA.

Adicionalmente e sem qualquer custo acrescido, podem submeter-se a um exame de avaliação no final do curso. Esta opção é facultativa e após aprovação, os participantes recebem um certificado de "Aprovado no Exame de Avaliação". **Este certificado proporciona acesso a equivalências académicas de cadeiras a nível superior de uma Licenciatura ou Mestrado de acordo com a universidade escolhida pelo aluno.**

A High Skills não pode assegurar o nível de créditos obtidos porque os mesmos são somente da responsabilidade da universidade e curso escolhido pelo participante.

Pré-Requisitos:

Os pré-requisitos necessários para frequentar este MINI-MBA de Especialização são:

- Ter acesso a um computador ou um tablet com ligação à Internet e um browser (programa para navegar na web), como o Chrome, Safari, Firefox ou Internet Explorer;
- Pode aceder ao MINI-MBA de Especialização a partir de qualquer computador (por exemplo, em casa e no escritório), tablet ou smartphone.

Objetivo Geral:

Este MINI-MBA visa dotar os participantes de conhecimentos, métodos e ferramentas práticas para criar, estruturar, promover e gerir um negócio no ambiente digital, desde a validação da ideia até à construção da presença online, captação de clientes, organização comercial, análise de resultados e desenvolvimento de um plano de negócio e ação digital aplicável à sua atividade. A formação combina empreendedorismo digital, marketing online, comunicação, vendas, ferramentas digitais e recursos de Inteligência Artificial, com foco na aplicação prática e na criação de soluções úteis para pequenos negócios, projetos e atividades profissionais.

Objetivos Específicos:

No final deste MINI-MBA os participantes ficarão aptos a:

- Compreender os fundamentos do empreendedorismo digital e identificar oportunidades de criação ou desenvolvimento de negócios online;
- Estruturar e validar ideias de negócio com potencial de mercado;
- Analisar o cliente, o mercado e a concorrência para definir posicionamento, diferenciação e proposta de valor;
- Estruturar um modelo de negócio digital, identificando canais, fontes de receita, custos, recursos e atividades-chave;
- Criar ou melhorar a presença digital do negócio em redes sociais, website, páginas de apresentação ou outros canais digitais;
- Produzir conteúdos e materiais promocionais, com apoio de ferramentas digitais e recursos de Inteligência Artificial;
- Planear ações de comunicação, campanhas simples e estratégias de divulgação online para atrair clientes
- Organizar contactos, potenciais clientes e oportunidades comerciais com recurso a ferramentas simples de CRM e email marketing;
- Aplicar noções básicas de preço, custos, margem e viabilidade financeira do negócio digital
- Acompanhar métricas básicas de desempenho para avaliar resultados, corrigir falhas e melhorar ações digitais;
- Construir um plano de negócio e ação digital prático, com objetivos, prioridades, canais, conteúdos, ferramentas, indicadores e ações aplicáveis ao negócio.

Estrutura modular e respetiva carga horária

Módulo	Duração
<i>Módulo 0 – Abertura</i>	
<i>Módulo I – Apresentação de Plataforma e Método de Utilização</i>	30 m
<i>Módulo II – Empreendedorismo Digital e Oportunidades de Negócio</i>	3h30m
<i>Módulo III – Validação da Ideia, Mercado e Concorrência</i>	3h30m
<i>Módulo IV – Cliente, Proposta de Valor e Posicionamento</i>	3h30m
<i>Módulo V – Modelo de Negócio Digital e Planeamento Inicial</i>	3h30m
<i>Módulo VI – Construção da Presença Digital do Negócio</i>	5h
<i>Módulo VII – Produção de Conteúdos e Comunicação Digital com IA</i>	5h
<i>Módulo VIII – Redes Sociais, Campanhas e Divulgação Online</i>	4h
<i>Módulo IX – Captação de Clientes, Email Marketing e CRM</i>	3h
<i>Módulo X – Métricas, Finanças Básicas e Melhoria de Resultados</i>	4h
<i>Módulo XI – Elaboração do Plano de Negócio e Ação Digital</i>	6h30m
<i>Módulo XII – Auto- estudo e Exame</i>	8h
<i>Módulo – Encerramento</i>	
Total	50 horas

Conteúdos programáticos:

Módulo 0 – Abertura

- Apresentação dos formadores e dos formandos;
- Apresentação dos objetivos e metodologias de funcionamento de ação de formação.

Módulo I – Apresentação de Plataforma e Método de Utilização

Módulo II – Empreendedorismo Digital e Oportunidades de Negócio

- Conceito de empreendedorismo digital e principais características;
- Modelos de negócio digitais e oportunidades no mercado online;
- Tendências do ambiente digital e impacto da Inteligência Artificial nos negócios;
- Perfil, competências e desafios do empreendedor digital;
- Identificação de oportunidades para criação ou desenvolvimento de negócios no digital.

Módulo III – Validação da Ideia, Mercado e Concorrência

- Identificação e organização de ideias de negócio com potencial de mercado;
- Análise de problemas, necessidades e oportunidades que podem originar novos produtos, serviços ou negócios digitais;
- Formas simples de testar uma ideia antes de investir: pesquisas, questionários, conversas com potenciais clientes, publicações-teste e páginas de apresentação;
- Noção de produto ou serviço mínimo viável: como criar uma primeira versão simples para testar a aceitação do mercado;
- Análise do mercado, tendências e comportamento do consumidor online;
- Pesquisa de concorrência e benchmarking digital;
- Identificação de fatores de diferenciação e oportunidades de melhoria.

Módulo IV – Cliente, Proposta de Valor e Posicionamento

- Identificação do público-alvo e segmentos de cliente;
- Noções de persona, necessidades, dores, interesses e comportamento do cliente;
- Mapa de empatia e jornada do cliente;
- Construção de uma proposta de valor clara, relevante e diferenciadora;
- Posicionamento do negócio face à concorrência;
- Definição da mensagem central do negócio para o ambiente digital.

Módulo V – Modelo de Negócio Digital e Planeamento Inicial

- Estruturação do modelo de negócio digital;
- Definição de canais, fontes de receita, recursos e atividades-chave;
- Identificação de parceiros, custos principais e proposta comercial;

- Introdução ao Lean Canvas aplicado a negócios digitais;
- Definição de objetivos, prioridades e etapas iniciais de implementação;
- Planeamento inicial para lançamento ou melhoria do negócio no digital.

Módulo VI – Construção da Presença Digital do Negócio

- Estruturação da presença digital e coerência da marca;
- Escolha dos canais digitais mais adequados ao negócio;
- Redes sociais, WhatsApp Business, website, páginas simples e outros pontos de contacto;
- Elementos essenciais da identidade e comunicação visual;
- Organização de perfis digitais com informação clara, contactos, links e chamadas para ação;
- Ferramentas de apoio à presença digital, como Canva, Linktree e páginas de apresentação.

Módulo VII – Produção de Conteúdos e Comunicação Digital com IA

- O papel do conteúdo na atração, relação e conversão de clientes;
- Tipos de conteúdo: educativo, promocional, institucional, inspirador e comercial;
- Criação de conteúdos para redes sociais, website, flyers, brochuras e materiais promocionais;
- Introdução ao copywriting: escrita clara, objetiva e orientada para conversão;
- Criação de títulos, legendas, descrições, chamadas para ação e mensagens comerciais;
- Utilização de ferramentas digitais e recursos de Inteligência Artificial para gerar ideias, textos, imagens e peças de comunicação;
- Ferramentas de apoio à criação de conteúdos, como Canva, Copilot, ChatGPT ou equivalentes;
- Boas práticas de comunicação digital e coerência da mensagem da marca.

Módulo VIII – Redes Sociais, Campanhas e Divulgação Online

- Planeamento, organização e regularidade das publicações;
- Gestão da presença da marca nas redes sociais;
- Introdução ao Meta Business Suite para gestão, agendamento e acompanhamento de conteúdos;
- Estratégias simples para aumentar visibilidade, interação e consistência digital;
- Planeamento de campanhas simples para produtos, serviços, eventos ou lançamentos;
- Definição de objetivo, público, mensagem, canal e orçamento;
- Boas práticas de acompanhamento da atividade online.

Módulo IX – Captação de Clientes, Email Marketing e CRM

- Atração e acompanhamento de potenciais clientes;
- Noções básicas de funil de relacionamento e conversão;
- Captação através de redes sociais, WhatsApp, páginas de apoio e formulários online;
- Organização de contactos, leads, clientes e oportunidades comerciais;
- Introdução ao HubSpot CRM ou ferramentas equivalentes de gestão de contactos;
- O papel do email marketing na comunicação e relacionamento com clientes;
- Tipos de campanhas de email e respetivos objetivos;
- Introdução a ferramentas de email marketing, como Mailchimp ou MailerLite;
- Boas práticas de construção de listas, envio de comunicações e seguimento comercial.

Módulo X – Métricas, Finanças Básicas e Melhoria de Resultados

- Importância da medição no empreendedorismo e no marketing digital;
- Indicadores básicos de desempenho digital;
- Métricas de redes sociais: alcance, interação, cliques, mensagens e conversões;
- Métricas básicas de website: visitas, origem do tráfego e comportamento do utilizador;
- Introdução ao Google Analytics 4 e Google Search Console;
- Utilização da informação para ajuste e melhoria das ações digitais;
- Noções básicas de preço, custos, margem, rentabilidade e viabilidade financeira;
- Análise simples de resultados para apoiar decisões de negócio.

Módulo XI – Elaboração do Plano de Negócio e Ação Digital

- Construção de um plano de negócio e ação digital ajustado ao negócio, projeto ou atividade profissional;
- Definição de objetivos, prioridades, ações e prazos;
- Organização da proposta de valor, público-alvo, canais, conteúdos e ferramentas;
- Planeamento de ações de comunicação, divulgação, captação de clientes e acompanhamento comercial;
- Definição de indicadores de acompanhamento e melhoria;
- Organização das ações prioritárias para lançamento, promoção ou desenvolvimento do negócio;
- Apresentação do plano individual ou em grupo;
- Feedback, revisão e melhoria final do plano.

Módulo XII – Auto- estudo e Exame

Módulo – Encerramento

- Avaliação do curso: formadores e formandos.

Metodologia:

Este MINI- MBA tem como objetivo promover um ambiente interativo entre o formador e o grupo bem como entre todos os formandos. Neste sentido recorre a uma abordagem dos conteúdos programáticos através da utilização de métodos e técnicas pedagógicas diversificadas.

Momento / Objetivo	Método / Técnica
Ao longo da ação de formação	Expositivo Demonstrativo Activo
Nos módulos II a IX	Análise de casos reais
Módulo X – Elaboração do Plano de Negócio e Ação Digital	Interrogativo

Avaliação dos Formandos:

As técnicas de avaliação indicadas inserem-se nos 3 momentos de avaliação da seguinte forma, conforme expressa o quadro seguinte:

Momento	Técnica	Instrumento	Objetivo
Inicial	Formulação de Perguntas Orais	Guião de Perguntas	Verificar Pré-Requisitos
Formativo	Observação	Grelha Observação	Avaliar o desempenho ao longo das sessões
Sumativo	Avaliação	Teste	

Recursos Didáticos:

- ✓ Documentação Teórica;

Equipa de Formação:

Coordenador:

Nome: Dra. Ana Rafaela Marques

Bacharelato em Gestão de Marketing- – Instituto Português de Administração de Marketing (IPAM)
Licenciatura em Engenharia Têxtil – Universidade do Minho (UM)
MBA em Gestão de Empresas – Instituto de Estudos Superiores Financeiros e Fiscais (IESF)
Formação Contínua de Formadores(as) em Igualdade de Género - GTI Gestão, Tecnologia e Inovação S.A – Matosinhos, Portugal



Resumo da Competência:

- Ampla experiência em Marketing, Comunicação e Vendas, adquirida em empresas multinacionais de diferentes sectores (Indústria, Comércio e Serviços), com enfoque nos sectores da Banca, Turismo e Hotelaria e Ensino, operando em diversos países (Portugal, Espanha, França, Inglaterra, Itália, Suécia, USA, Angola e Moçambique), com destaque na definição de “Estratégias de Marketing e Comunicação”, “Imagem e Identidade Corporativa; “Gestão e Ativação de Marcas”, “Campanhas Institucionais e Promocionais”, “Gestão de Redes Sociais e Copywriting”, e “Organização e Supervisão de Eventos. Consultoria e Formação nas áreas de Marketing, Comunicação, Vendas, Negociação, Atendimento, Gestão de Reclamações, Gestão de Conflitos, Costumer Service e Costumer Experience.
- Facilidade na análise de situações, foco no Cliente, orientação para a concretização de resultados, capacidade de organização e trabalho em equipa, adaptação a ambientes multiculturais e multidisciplinares.

Percurso Profissional

Desde 2020, Consultora/Formadora na High Skills

Marketing e Comunicação (Plano de Marketing, Comunicação, Promoção e Ativação de Marcas, Distribuição, Marketing Digital); **Atendimento** (Receção, Vendas e Negociação, Comunicação Interpessoal, Gestão e Tratamento de Reclamações, Mediação e Prevenção de Conflitos, Gestão de Reservas e Housekeeping), **Costumer Experience** (Costumer Care e Fidelização do Cliente), **Eventos** (Gestão e Organização, F&B, Cortesia, Etiqueta e Protocolo); **Sustentabilidade** (ESG, Implementação de Programas de responsabilidade Social e Ambientais), Gestão do Tempo e Organização do Trabalho.
2022-Presente, Diretora Operacional da unidade hoteleira Karula Sand Villas, Inhambane, Moçambique

2015 – 2023, Consultora/Formadora em diferentes áreas de atividade (Comércio, Indústria e Serviços) Angola, Cabo Verde, Moçambique, Portugal

2015 – 2024, Gestora de Projetos, Moçambique

2021 – 2022 / 2006 – 2012, Diretora de Marketing e Comunicação, Moçambique e Portugal

2013 – 2015, Consultora Sénior de Marketing e Comunicação, Angola

2001 – 2006, Gestora Comercial do Mercado Internacional

Condições

Caso tenha mais do que dois participantes consulte- nos para conhecer as nossas vantagens empresariais

High Skills – Formação e Consultoria LDA

Av. Conde Valbom, 6- 2º andar

N.º Fiscal de Contribuinte: 513 084 568

A inscrição só fica confirmada após emissão da fatura pró-forma/fatura final e o pagamento da mesma

Cancelamentos e Não Comparências

O(s) formando(s) poderão cancelar a sua inscrição até 6 dias uteis antes da data de início do Mini- MBA de Especialização.

O(s) formando(s) poderão fazer-se substituir por outro(s) participante(s), devendo comunicar a alteração até 5 dias úteis antes do início do Mini- MBA de Especialização.

A sua não comparência do(s) formando(s) no dia de início da formação não dará lugar ao reembolso do valor da inscrição e será cobrada na sua totalidade.

1. CLIENTE (Preencher quando o Formando não é cliente final)			
Entidade:		Telefone:	
Responsável:		E-mail:	
Morada:			
Código Postal:		Fax:	
Nº Contribuinte / Fiscal:			
2. DADOS FORMANDO(s)			
Nome:			
E-mail:			
Naturalidade:			
Mini-MBA:	MINI-MBA de Especialização em Empreendedorismo Digital e Marketing com IA Como Criar, Promover e Gerir um Negócio Online- a Distância		
Data Nascimento:		Nacionalidade:	
Passaporte / BI:		Data de Validade:	

Contatos possíveis para mais informações:

E-mail: geral@highskills.pt

Telefone: +351 217 931 365

