

PROGRAMA



Pós-graduação

GESTÃO DE NEGÓCIOS

ONLINE

Candidaturas até
1 outubro

Início
15 outubro

candidaturas.ipleiria.pt

 www.gestaonegociosonline.pt

 formacao.executivos@ipleiria.pt

 **POLITÉCNICO**
DE LEIRIA **35**
ANOS

iddnet
TECHNOLOGY NETWORK

Apresentação

A IDD (Incubadora D. Dinis) é confrontada diariamente com a necessidade de capacitar os projetos empresariais para uma presença ativa na web. Esta necessidade é válida tanto para os empreendedores e incubados que acompanha, como para as empresas consolidadas inseridas no grupo IT que a IDD gere desde 2013, composto por cerca de 30 empresas/organizações da área das TICE.

A formação na área da web não é novidade e existe muita oferta que capacite os profissionais para gerir as suas redes sociais e otimizar os seus sites, como complemento das suas estratégias de marketing.

No entanto, a criação e gestão de negócios exclusivamente on line (100% virtuais) não tem sido abordada pelo mercado. O sucesso destes negócios já foi comprovado várias vezes (Facebook, Amazon...) e representam um mundo de oportunidades que esta pós-graduação quer potenciar.

Objetivos

Com uma componente de formação e outra de realização de um projeto, este curso pretende proporcionar a aplicação imediata dos conceitos, em novos modelos de negócio ou já existentes, fomentando o learning by doing para um domínio completo das melhores práticas e ferramentas usadas gestão de negócios digitais.

A formação decorre na Escola Superior de Tecnologia e Gestão do Instituto Politécnico de Leiria e a orientação dos projetos no ecossistema empresarial de start ups e spin offs da Incubadora Dom Dinis.

No final do curso os participantes deverão estar aptos a:

- Proporcionar uma visão abrangente e integrada de Gestão Empresarial para organizações de produtos e serviços no ambiente digital;
- Discutir conceitos, princípios, técnicas e processos dessa gestão, nos cenários de negócios;
- Proporcionar uma profunda compreensão teórica e prática de Marketing Digital e Vendas Online;

- Utilizar os novos meios digitais disponíveis, com o recurso às mais modernas técnicas, para a venda de produtos, serviços e ideias.
- Fomentar, sempre que possível, o desenvolvimento de propostas inovadoras de negócios.
- Criar conteúdos para o meio digital alinhados com as necessidades dos consumidores.
- Desenvolver aptidões e conhecimento aprofundado em diferentes áreas de marketing que permitam a concepção e implementação de estratégias, planos e soluções inovadoras para as empresas;
- Dar a conhecer os aspetos práticos mais relevantes para a elaboração e implementação de planos de marketing bem-sucedidos;
- Ter uma atuação no meio digital ética e cumpridora dos preceitos legais.

Destinatários

Executivos com perfil ambicioso e experiência profissional relevante, como diretores de Marketing, diretores de mercado, de unidades de negócio ou de marca, gestores e quadros de empresas prestadoras de serviços de Marketing, quadros de diversas áreas que pretendam obter formação avançada na gestão de negócios online.

Profissionais que pretendem aprofundar conhecimento no desenvolvimento de oportunidades de negócio e na implementação de estratégias e táticas que maximizem a eficiência organizacional e o negócio digital.

Profissionais de qualquer Setor de Atividade que pretendam desenvolver os seus conhecimentos e competências de forma integrada em Marketing Digital e Vendas Online, responsáveis por canal Web, consultores etc.

O número mínimo e máximo de participantes é de 10 e 32 formandos, respetivamente.

Duração

A Pós-graduação tem a duração de 18 meses.

As sessões presenciais decorrem de outubro de 2016 a outubro de 2017, seguindo-se o acompanhamento e apresentação dos projetos.

Serão lecionadas 28 sessões presenciais de 7 horas cada, quinzenalmente aos sábados (das 9h30 às 17h30).

Obrigatoriedade de frequência de 2/3 das aulas.

Certificado

Pós-graduação em “Gestão de negócios on line” para formandos com grau académico igual ou superior a Bacharel ou “Especialização em Gestão de Negócios on line” nos restantes casos.

ECTS: 75

Candidaturas

- Preenchimento de Ficha de candidatura;
- Curriculum Vitae;
- Entrevista pela comissão de admissão.

As candidaturas poderão ser realizadas até 1 de outubro de 2016 no site <http://candidaturas.ipleiria.pt>.

A seleção dos candidatos será feita por avaliação curricular e ordem de inscrição.

Matrículas

Matrícula e pagamento da 1ª prestação da propina de **6 a 15 de outubro de 2016**.

Local

A Pós-graduação realiza-se no Campus 2 – ESTG do Instituto Politécnico de Leiria.

Preço

O preço do curso é de 3.400 €, sendo aplicado um desconto de 10% no caso de pronto pagamento.

Pagamentos

Taxa de candidatura: 50 €, no ato da candidatura
Pagamento integral em outubro de 2016 com um desconto de 10% sobre o valor de 3.400€
Ou
Parcelamento da propina mensalmente da seguinte forma:
Outubro de 2016: 600 € (1ª prestação da propina)
10 Prestações mensais 280 € até ao dia 10 de cada mês (novembro de 2016 a agosto de 2017)
100,00€ por cada Exame de Recurso ou Melhoria que seja solicitado pelos alunos.

Coordenação

Cristina Barros (cristina.barros@ipleiria.pt)
Frederico Carvalho (Managing Director SpotPublicitario, Fundador CLICKSUMMIT) (frederico.carvalho@spotpublicitario.com)

Alojamento

A POUSADINHA JOSÉ SARAMAGO do IPL está à disposição dos estudantes que pretendam pernoitar em Leiria com valor acessíveis, mais informações me http://www.ipleiria.pt/portal/ipleiria?p_id=8705.

Contactos

cecilia.marques@ipleiria.pt

Serviços de Ação Social - Tel: 244 830 640, opção 1

Informações

SPG – Secretariado de Pós-Graduações e Formação Contínua
Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Leiria

Instituto Politécnico de Leiria

Localização: Gabinete BID3, Piso 0, Edifício B

Horário de atendimento: das 10:00 às 12:00 e das 14:30 às 16:30

Contacto:

Sandra Brás | Email: sandra.bras@ipleiria.pt | Telf: 244 820 308

Welcome Day

3,5 horas

Módulo 1

Modelos de Negócio Online e o novo Consumidor Digital

21 horas

Este módulo tem por objetivo dar a conhecer os conceitos e reflexões estratégicos que devem orientar a dinamização de negócios on line. Desta forma, pretende-se uniformizar os conhecimentos da turma nestes âmbitos para facilitar a compreensão dos restantes módulos.

1. O Novo Empresário e o Paradigma do Marketing no Ciclo de Vendas Online (7h) - aula aberta
2. O Nicho de Mercado e Marketing Research Alternativo (7h)
3. Estratégia de Tráfego e Conversão nas Vendas Online (7h)

Módulo 2

Ignição de Negócios

49 horas

Este módulo irá descrever os comportamentos do consumidor na internet, assim como restrições legais que condicionem o sucesso dos negócios on line e transmitir estratégias e ferramentas que otimizem esse conhecimento na fase de arranque do negócio.

1. Gestão de Projeto e Recursos Humanos (7h)
2. Fundamentos Comerciais (7h)
3. CopyWriting e Psicologia da Persuasão Online (7h)
4. Estratégia para criação de um Site (7h)
5. Técnicas para Geração de Leads e o Papel das Landing Pages (7h)
6. Finanças (7h)
7. Direito Digital (7h)

Módulo 3

Tráfego, Engagement e Conversão

91 horas

Este módulo irá abordar as diversas formas de relacionamento com o cliente, explicitando metodologias e ferramentas para atrair o consumidor, estabelecer uma relação de proximidade e conseguir a conversão em vendas.

1. Casos de Estudo de Gestão de Negócios Online (7h)
2. Fontes de Tráfego (28h)
 - 2.1 Compra de Tráfego (3,5h)
 - 2.2 Facebook Ads (10,5h)
 - 2.3 Google Adwords Training (7h)
 - 2.4 SEO e Marketing de conteúdo (7h)
3. Engagement (28h)
 - 3.1 Suporte ao Cliente e Fundamentos de Redes Sociais (7h)
 - 3.2 Facebook para Negócios (7h)
 - 3.3 LinkedIn para Negócios (7h)
 - 3.4 Vídeo Marketing (7h)
4. Conversão (28h)
 - 4.1 Marketing de Afiliados (3,5h)
 - 4.2 E-mail Marketing (10,5h)
 - 4.3 Funis de conversão (7h)
 - 4.4 Analytics e Avaliação de Desempenho (7h)

Módulo 4

: E-Commerce: Da estratégia à implementação

14 horas

Este módulo irá focar o desenvolvimento e a dinamização de lojas on line.

1. Fundamentos de E-commerce (7h)
2. E-Commerce: da estratégia à implementação (7h)

Módulo 5

Fórmula de Lançamento de um Produto ou Serviço

7 horas

Este módulo irá focar o as etapas para o lançamento de produtos ou serviços on line, a partir de um caso prático.

1. Aula Prática: Lançamento de um Produto ou Serviço

Módulo 5

Fórmula de Lançamento de um Produto ou Serviço

7 horas

Este módulo irá focar o as etapas para o lançamento de produtos ou serviços on line, a partir de um caso prático.

1. Aula Prática: Lançamento de um Produto ou Serviço

Acompanhamento de projetos de ideias de negócio on-line na IDD pelos docentes da pós-graduação (6 meses)

Nota 1

O Programa do Curso poderá ser sujeito a pequenos ajustes no sentido de satisfazer eventuais solicitações dos participantes, caso a Coordenação do Curso entenda que essas solicitações poderão conduzir à melhoria do mesmo.

Nota 2

Algumas aulas poderão ser lecionadas em dias extra ao programa do curso.

Avaliações

Avaliação através de duas componentes:

Componente Teórica (60% da nota final e nota mínima de 9,5 Valores)

- 2 Frequências de 75 perguntas de escolha múltipla de 2h30 (nota mínima de 7 valores em ambas) com um peso de 30% cada na nota final. A média das duas frequências deve ser superior ou igual a 9,5 valores.

- Exame final ou de Recurso com 75 perguntas de escolha múltipla de 2h30 relativo a todos os conteúdos lecionados (nota mínima de 9,5 valores).

Componente Prática - Projeto (40% da nota final e nota mínima de 10,0 Valores)

A nota da componente prática é determinada segundo uma grelha de avaliação do mérito do projeto que é apresentada aos alunos na primeira sessão de formação.

O Aluno será considerado aprovado se:

Nota Final = Nota Média das Frequências ou Nota do Exame * 60% + Nota do Trabalho* 40% (maior ou igual a 10 (dez) valores).

A nota final será arredondada ao número inteiro mais próximo.

Obrigatoriedade de frequência de 2/3 das aulas.

Data	Módulos	Disciplina	Formador
15/10/2016M	ódulo 1.	(1) O novo empresário e o paradigma do Marketing no Ciclo de Vendas Online (7H)	Cristina Barros e Frederico Carvalho
22/10/2016M	ódulo 1.	(2) O Nicho de Mercado e Marketing Research Alternativo	Mário Alcantara
29/10/2016M	ódulo 1.	(3) Estratégia de Tráfego e Conversão nas Vendas Online	Frederico Carvalho
12/11/2016M	ódulo 2.	(2) Gestão de Projecto e Recursos Humanos	Raquel Gonçalves
19/11/2016M	ódulo 2.	(1) Fundamentos Comerciais	Paulo de Vilhena
03/12/2016M	ódulo 2.	(3) Copywriting e Psicologia da Persuasão Online	Bruno Ribeiro
10/12/2016M	ódulo 2.	(4) Estratégia para criação de um site	Inês Silva
07/01/2017M	ódulo 2.	(5) Técnicas para Geração de Leads e o Papel das Landing Pages F	Frederico Carvalho
14/01/2017M	ódulo 2.	(7) Finanças	Ricardo Barradas
21/01/2017M	ódulo 2.	(8) Direito Digital	João Martins
28/01/2017M	ódulo 3.	(1) Casos de Estudo de Gestão de Negócios Online	Frederico Carvalho
11/02/2017M	ódulo 3.	(2) Compra de Tráfego (3.30h) (3) Facebook Ads (3.30h)	Paulo Faustino
18/02/2017M	ódulo 3.	(4) Facebook Ads	Paulo Faustino
25/02/2017	Módulo 3.	(5) Google Adwords Training	Marco Gouveia
04/03/2017 1ª Frequência			
11/03/2017M	ódulo 3.	(6) SEO e Marketing de Conteúdo	Paulo Faustino
25/03/2017M	ódulo 3.	(7) Suporte ao Cliente e Fundamentos de Redes Sociais	André Novais de Paula
01/04/2017M	ódulo 3.	(8) Facebook para Negócios	Ana Mendes
08/04/2017M	ódulo 3.	(9) LinkedIn para Negócios	Pedro Caramez
22/04/2017M	ódulo 3.	(10) Video Marketing	Vasco Marques
29/04/2017M	ódulo 3.	(11) Marketing de Afiliados (3.30h) (12) Email-marketing (3.30h)	Paulo Faustino e Frederico Carvalho
06/05/2017M	ódulo 3.	(13) E-Mail Marketing	Frederico Carvalho
20/05/2017	Módulo 3.	(14) Funis de Conversão	Frederico Carvalho
27/05/2017M	ódulo 3.	(15) Analytics e Avaliação de Desempenho	Bruno Amaral
03/06/2017M	ódulo 4.	(1) Fundamentos de E-Commerce	Vera Maia
17/06/2017M	ódulo 4.	(2) E-Commerce: da estratégia à implementação	Vera Maia
24/06/2017M	ódulo 5.	Aula Prática: Lançamento de um Produto ou Serviço	Frederico Carvalho
08/07/2017 2ª. Frequência			

Nota: Ao longo da realização do curso poderão ser introduzidos novos formadores, caso se verifique ser necessário.

Cristina Barros (coordenadora)



Professora adjunta do IPEiria, presidente da Incubadora de Empresas D. Dinis em Leiria e sócia fundadora de três empresas PMEs AFERYMED, Sinmetro e GUGGA. Através da empresa GUGGA começou a explorar os modelos de negócios online tendo criado em 2015, juntamente com uma equipa de criativos, o primeiro museu virtual, interativo e temático do mundo, www.coffeemuseum.com, sendo por isso uma apaixonada pelo universo digital e de todas as suas potencialidades.

Em nome da empresa GUGGA integra o grupo de trabalho do setor do “Turismo” da iniciativa “Indústria 4.0” lançado pelo governo em abril de 2016.

É, há mais de uma década, consultora e formadora em projetos de Investigação e Desenvolvimento Tecnológico e Inovação (I&DT+I) e de engenharia em controlo estatístico do processo, Lean e 6 Sigma.

No IPEiria é professora Especialista em Engenharia e Gestão Industrial e as pós-graduações em 6 Sigma e Auditores de HACCP.

Certificada em Six Sigma Black Belt pela American Society for Quality desde 2007.

Licenciada em Engenharia Química, Mestre em Instrumentação, Manutenção Industrial e Qualidade e completou com sucesso o curso PAGE – Programa Avançado de Gestão de Executivos da Universidade Católica Portuguesa.

Cronista do semanário Região de Leiria, oradora em várias conferências e organizadora de eventos TEDx.

Mãe de três filhos e adora *trail running*.

Frederico Carvalho



Frederico Carvalho é consultor de marketing digital focado em negócios, especializado em estratégias para captação tráfego (orgânico e pago) e conversão (captação de leads e vendas).

É atualmente Managing Director da SpotPublicitário, fundador do CLICKSUMMIT.org – Conferência de Marketing & Vendas Online – e Formador na FLAG em diversas temáticas ligadas ao marketing digital.

A estas funções alia ainda iniciativas de Consultoria para E-Commerce e a Co-Organização do Upload Lisboa – Conferência de Marketing Digital. Com 9 anos de experiência na área da criação e promoção digital, que advieram da criação da sua própria empresa e da colaboração com empresas como IKEA, Rock in Rio, ELOGIA, Research & Design – Digital Agency/Grupo ActualSales, foi angariando uma visão

alargada para dinamizar técnicas inovadoras e eficazes de Marketing Digital.

A experiência de trabalho no desenvolvimento de ações para grandes marcas do mercado nacional e internacional, como a Delta Cafés, Europ Assistance, FNAC, L'Oréal Professional, Microsoft, Nielsen, Toyota Portugal ou Vichy, permitiu perceber a importância da otimização do valor do cliente, focando o ambiente online.

Mário Alcântara



Mário Alcântara, licenciado em Gestão de Empresas e pós-graduado em Antropologia Social, trabalha em marketing digital há mais de 18 anos.

Na sua carreira assumiu o cargo de diretor de projetos na Publicis, diretor geral na Ogilvy Interactive, head of office da Tribal DDB, e diretor de digital e planeamento estratégico na DDB.

Conta no seu portfólio projetos com marcas tão importantes como a Volkswagen, Nestlé, Oracle, IBM, SAP, Unilever, Continente, Roche, Hasbro, entre outras.

É atualmente CEO da consultora Buzzbeat, especializada em modelação de negócios e estratégia digital.

Fernando Ribeiro Mendes



Economista, licenciado pelo ISEG-UTL, Doutor pelo IEP-Paris. Professor de gestão do ISEG-UL onde leciona, designadamente, “Ética nos Negócios”.
Preside desde 2012 à Fundação INATEL. Anteriormente exerceu diversas funções e cargos públicos e privados, tendo sido, designadamente, Secretário de Estado da Segurança Social (1995-99) e Secretário de Estado da Indústria, Comércio e Serviços (2001-02).
Tem desenvolvido estudos e intervenções sobre políticas sociais da empresa e ética económica e nos negócios, tendo publicado diversos artigos sobre estes temas.

Raquel Gonçalves



Raquel Gonçalves é Diretora de Planeamento Estratégico da Wunderman Portugal, agência líder mundial em Digital&CRM, onde trabalha com marcas de referência nacionais e internacionais, em projetos de CRM, Social e Digital.
Antes de ingressar na Wunderman, esteve 6 anos na Proximity Portugal, primeiro como account e depois como estratega. Ao longo da sua carreira, conquistou vários prémios, entre os quais um Leão de Bronze em Cannes em 2004 e um Grande Prémio nos Prémios à Eficácia em 2013.
Licenciada em Gestão de Empresas pelo ISCTE, tem uma Pós-Graduação em Marketing Financeiro pela CEMAF-INDEC (ISCTE). É Professora convidada no Executive Master da Universidade Europeia e formadora da Academia APAN.

Marco Gouveia



Formador e Consultor de Marketing Digital com mais de 10 anos de experiência em Search Engine Marketing, nas vertentes de SEO e SEA, especialmente Google AdWords, e com resultados notáveis em várias indústrias e mercados.

Atualmente também é responsável pelo departamento de Online Efficiency & Reputation no Grupo Pestana e Google Regional Trainer.

Bruno Amaral



Bruno Amaral é fundador e diretor geral da Diamond by BOLD, que atua na vertente de Consultoria e Estratégia, Desenvolvimento de Websites e Aplicações, Campanhas de fidelização e motivação, Usabilidade, Analytics, SEO, entre outros.

É ainda Digital Marketing Diretor da BOLD Internacional. Antes desempenhou o cargo de diretor de operações de uma agência de Marketing Digital de referência, onde coordenou as áreas operacionais da empresa em Marketing Online.

Licenciado em Engenharia Informática e de Computadores pelo Instituto Superior de Engenharia de Lisboa, tem coordenado e liderado equipas de desenvolvimento em diversos projetos web desde 2007 para empresas e marcas de referência em setores

como Indústria, Turismo, Automóvel, entre outros.

É ainda engenheiro certificado Zend e tem uma vasta experiência em vários projetos de tecnologias de informação. Formador certificado pelo IEFP, é professor regente de Web Analytics na NOVA IMS, leciona Analytics e Reports desde 2011 na EDIT e, desde 2013, na Flag.

Realizou ainda diversos workshops e palestras em SEO e Aplicações para Redes Sociais na Flag.

Inês Silva



É Lead Designer na Mediaweb, onde desenvolve projetos de design gráfico, web design e UX (user experience).

Ao longo do seu percurso profissional tem vindo a trabalhar com empresas como a Via Verde, Novo Banco, AIP, BBVA e Outsystems, tendo passado também pela agência Hi Interactive. Foi responsável por projetos multidisciplinares de branding, design de interfaces, web e mobile.

No âmbito social, integra o projeto SPEAK (www.speak.social), onde atualmente contribui para o crescimento do produto online.

Voluntária na organização do TEDxYouth@Leiria. Leva a vida sobre rodas, uma paixão que nasceu com a patinagem. Não diz que não a um bom desafio!

André Novais de Paula



Formado em Marketing e Publicidade pelo IADE com a especialização em Marketing, é o responsável de Estratégia Criativa na Directimedia.

Tem desenvolvido a sua atividade dentro do Marketing Relacional com ênfase em campanhas integradas de Cross-Media.

Atualmente é o responsável pelo módulo de Meios Digitais na Pós-Graduação em Marketing Digital no IPAM, deu aulas de Planeamento e Avaliação de Campanhas no ISCTE-IUL - INDEG Business School no Mestrado Executivo de Marketing Relacional e Comunicação.

É também orador habitual em Conferências nacionais e formações sobre a temática de Marketing Relacional e Digital.

João Ferreira Pinto



João Ferreira Pinto é advogado especializado nas áreas do Direito Digital, Dados Pessoais, Propriedade Intelectual online, Cibersegurança e Ciberdefesa.

Atualmente é senior partner da João Ferreira Pinto & Associados, Soc. Advogados (Prémio “PME Digital 2014”, ACEPI - Associação da Economia Digital).

É mestrando em Segurança da Informação e Direito do Ciberespaço (IST/FDUL/EN).

João Ferreira Pinto é também docente universitário lecionando Dados Pessoais, Direito Digital - Faculdade de Direito da Universidade de Lisboa (FDUL) e IPAM (Instituto Português de Administração e Marketing).

É igualmente formador da Ordem dos Advogados (informática jurídica).

Recebeu um prémio “Menção Honrosa” 2014 da Agencia Española de Protección de Datos (AEPD): Obra de Investigação Colectiva “Protección de Datos y Habeas data: una visión desde Iberoamérica”.

É ainda diretor da Digital Marketers - Associação de Profissionais de Marketing Digital.

Paulo Faustino



Paulo Faustino é o fundador da Escola Dinheiro e da rede educacional de blogs Escolas+.

Empreendedor, investidor e blogueiro em full-time, dedica a sua vida ao desenvolvimento de projetos para a internet, contando já com alguns dos mais reconhecidos blogs do Brasil e Portugal.

Paulo é também redator convidado do portal iMasters do Brasil, viciado em WordPress e palestrante internacional, tendo já participado em eventos de grande renome, como a ExpOn 2011 de São Paulo, o WordCamp 2011 de Lisboa, o Search Masters Brasil 2012 do Rio de Janeiro, entre outros.

Paulo Faustino é ainda cofundador do evento Afiliados Brasil e um defensor da utilização de programas de afiliados como forma de monetização de sites e blogs na internet.

Bruno Ribeiro



Licenciado em Psicologia Social, é atualmente o Coordenador de Marketing e Comunicação da DouroAzul, tendo exercido previamente a função de Social Media & Internet Sales Manager da mesma empresa.

Conta com experiência nas áreas de estudos de mercado, recursos humanos e comunicação interna em empresas como a Optimus e o Grupo Ibersol. É autor do blog Dissonância Cognitiva, que aborda precisamente a ligação entre a psicologia e o marketing.

Paulo de Vilhena



Paulo de Vilhena é o presidente da Oakmark, Lda. Tem um MBA pela Universidade Católica Portuguesa, é practioner em PNL e coach de Negócios e Executivos.

Em 2008, foi votado, na Internet, como um dos futuros líderes empresariais do nosso País e, em 2009, foi finalista do prémio para a pessoa mais motivadora de Portugal na categoria de Top Management.

Empresário com interesses em vários sectores de atividade, Paulo escreve também para várias publicações nacionais sobre temas como crescimento de negócios, vendas, liderança e desenvolvimento pessoal, intervindo como orador em Seminários e Workshops por todo o País e no estrangeiro.

Escreveu vários textos para o livro “O Seu Destino é Você Quem Faz!”, publicado no Brasil pela Soler Editora em 2008. Em abril de 2010, publicou

a sua primeira obra de autor O Livro Secreto das Vendas – O Mapa Mental dos Super Comerciais Desvendados, que na primeira edição esgotou em apenas três meses. Atualmente, o livro vai na sua quinta edição, sendo considerado o livro de vendas mais vendido em Portugal.

Em março de 2012, publicou a sua segunda obra O Livro Secreto do Crescimento de Negócios onde faz uma abordagem transversal a todas as áreas do crescimento empresarial, concentrada de uma forma objetiva em todos os aspetos que deve um empresário assegurar, para que os seus resultados sejam os que deseja.

Em junho de 2013, foi lançado o seu livro O Mapa da Independência Financeira, em 2014, em coautoria com Nuno Gomes, A Arte da Guerra nas Vendas e mais recentemente a sua última obra Tudo o que aprendeu sobre vendas está errado.

Business coach de alguns líderes empresariais no nosso País é no palco que o Paulo se sente no seu melhor, ao sentir que pode “tocar” mais gente num mais curto espaço de tempo e dessa forma caminhar mais depressa para a sua visão de “otimizar a performance humana em ambiente empresarial”.

Ana Mendes



Especialista na utilização das Redes Sociais em contexto empresarial. Docente da cadeira de Social Media na Porto Business School. É parceira da ANJE, Câmara de Comércio e Indústria Portuguesa, Associação Portuguesa de Anunciantes e Associação Nacional dos Óticos.

No seu portefólio de empresas formadas encontram-se a Cetelem, Sumol-Compal, Unilever entre muitas outras empresas nacionais e internacionais.

Desde 2011 já formou mais de 3000 formandos em Facebook Marketing, Publicidade no Facebook e Gestão de Redes Sociais para Empresas.

Formada em Marketing (IADE) e Direito (Universidade Católica Portuguesa) com pós-graduação em Marketing Digital (IPAM) e Marketing Relacional (IADE). Especializou-se nos EUA em Social Media.

Desempenhou funções como Responsável de Marketing durante 10 anos em multinacionais francesas.

É oradora frequente em congressos e seminários da especialidade.

Pedro Caraméz



Presentemente um dos poucos palestrantes e consultores dedicado quase em exclusivo à rede LinkedIn com clientes em Portugal e Brasil.

Escreveu o livro: “Como Ter Sucesso no LinkedIn” em 2013.

Atualmente, mantém ainda atividade como professor universitário em várias universidades portuguesas e apoia várias startups.

Vasco Marques



Vasco Marques é licenciado e mestrando em Gestão e Negócios, MBA com especialização em Sistemas de Informação e e-Business. É Microsoft Certified Trainer (MCT) e Google Certified Professional. Já realizou e participou em centenas de eventos e formou mais de 10.000 profissionais.

Consultor de empresas de referência em contexto nacional e internacional. Docente e formador em entidades prestigiadas: IPAM, Universidade do Minho, ISVouga, IESF, TecMinho, ANJE e APQ.

Docente no ensino superior e CEO & Founder da empresa W2B, onde desenvolve soluções de Marketing Digital e Negócios na Internet. Autor do livro Marketing Digital 360.

Vera Maia



Licenciada em Ciência da Comunicação e Pós-graduada em Marketing Digital pelo IPAM. Apaixonou-se pelo Marketing Digital ainda nos corredores da Universidade e dedicou todo o seu percurso profissional a esta área, especializando-se na área de E-commerce/E-business.

A sua carreira iniciou-se no departamento de Marketing do Well-domus, um Ginásio e Spa na Foz do Douro. Dos serviços ao retalho, ingressou na equipa de Novos Negócios Digitais da Salsa onde aliou o digital à moda: a sua segunda paixão. Depois de contribuir durante quase 4 anos para o crescimento da marca e vendas online, abraçou um novo projeto ligado ao E-Commerce no Dubai.

A sua experiência internacional e profissional abriu, não só as portas ao Mundo, como permitiu receber convites para regressar a Portugal e gerir o Marketing Digital de uma das mais promissoras startups Nacionais.

Hoje, dedica-se ao desenvolvimento de E-Commerce e estratégias de venda online - com clientes de vários setores - e dá aulas em várias temáticas do Marketing Digital, incluindo Search Engine Optimization, Search Engine Marketing, Google Adwords e Analytics e E-Commerce.



Pós-graduação

GESTÃO DE NEGÓCIOS

ONLINE



 www.gestaonegociosonline.pt

 formacao.executivos@ipleiria.pt

 **POLITÉCNICO**
DE LEIRIA **35**
ANOS

iddnet
TECHNOLOGY NETWORK