

## Facebook e Instagram Ads

### Academia Online: Marketing Digital

#### Descrição do módulo:

A presença das organizações nas redes sociais é cada vez mais indispensável. O Facebook tornou-se um aliado destas, permitindo anúncios fáceis, de rápido lançamento, e a baixo custo.

Uma das características que mais diferencia os anúncios do Facebook de anúncios *offline* é o seu alcance. Segundo o Digital Report de 2020 feito pela We Are Social e Hootsuite, é possível alcançar 6 mil milhões de pessoas anunciando nesta rede social – aliando ao alcance o baixo custo, resulta num retorno de investimento consideravelmente alto (ROI). Uma mais valia adicional é a capacidade de impactar apenas o público que é relevante para a organização, e que seja adequado para alcançar os objetivos pretendidos. O Facebook Ads permite ainda medir cuidadosamente os resultados de uma campanha em tempo real, o que facilita, se necessário, a reavaliação do conteúdo do anúncio ou o orçamento aplicado. [Faça uma breve descrição do módulo]

---

#### Temas abordados:

- As vantagens de se estar presente no Facebook e de anunciar no Facebook Ads
- Criação de Personas
- A tomada de decisões através de métricas
- Como utilizar o Facebook Business Manager mediante os objetivos propostos
- Anunciar através da página do Facebook
- Anunciar diretamente na aplicação do Instagram
- Definição e vantagens do Pixel
- Criação de Públicos através do Pixel
- Implementação e elaboração de campanhas no Facebook Business Manager



## No final do módulo, cada Participante será capaz de:

1. Criar anúncios no Facebook através da aplicação do Instagram e do Facebook Business Manager
2. Definir personas e criar um público-alvo
3. Compreender as vantagens e saber fazer uso do Pixel do Facebook
4. Elaborar e implementar uma campanha no Facebook Business Manager

## Abordagem:

O workshop terá um tempo total de aprendizagem para o Participante de 4 horas. A primeira hora será assíncrona e consistirá no visionamento de um conjunto de vídeos (3-7 minutos cada um), em que será feito o enquadramento do que é o Facebook Ads, e das aplicações desta ferramenta para a criação de anúncios e campanhas. As restantes 3 horas serão síncronas, divididas em 2 sessões de 1h30 cada lideradas pelo Formador, onde haverá lugar à partilha e discussão de resultados, e resposta a questões dos Participantes.



## Nota biográfica:



Professor de Estratégia, Search Engine Marketing e Social Media, licenciado em Comunicação aplicada em Publicidade, Marketing e Relações Públicas pela Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias. Durante a sua licenciatura realizou um período de mobilidade em Comportamento do Consumidor na Universidade Metodista de São Paulo. Adquiriu o grau de mestre pela Universidade Católica Portuguesa, com uma dissertação sobre a eficiência de ferramentas e canais digitais e o seu contributo para as organizações.

É o Institutional & Digital Marketing Manager da Católica Lisbon School of Business and Economics, tendo ocupado anteriormente uma posição de Digital Marketing Manager.

