

NOTA: o calendário poderá ter ajustamentos. Pf confirme as datas com o calendário definitivo entregue no 1º dia do curso.

Blocos	Módulo	Docente	Mês	Dia		Horário
Digital Marketing Strategy (19h)	Abertura do curso pelos coordenadores (1,5h)	Coordenadores	abril	11	5ª feira	15h30 - 17h
	Strategic Marketing Management and Communication (3,5h)	Pedro Celeste			17h - 20h30	
	Understanding Consumers Behavior: Digital Challenges and Opportunities (3,5h)	Rita Coelho do Vale		12	6ª feira	17h - 20h30
	Digital Marketing Cases (3,5h)	Joana Santos Silva	maio	9	5ª feira	17h - 20h30
	Business Models & Information Management (3,5h)	Paulo Cardoso Amaral			10	6ª feira
	Workshop: Digital Marketing Insights (3,5h)	Coordenadores		16	5ª feira	17h - 20h30
	Momento avaliação - Self-Assessment do Bloco I			Home		
Digital Marketing Tools (17,5h)	Metrics in Digital Marketing (3,5h)	Luís Bettencourt Moniz	maio	17	6ª feira	17h - 20h30
	Mobile Marketing (3,5h)	Alexandre Nilo Fonseca			23	5ª feira
	Engagement & Conversation (3,5h)	Pedro Vasconcelos		24	6ª feira	17h - 20h30
	E-Commerce: Tools and Challenges (3,5h)	Marco Gouveia		29	4ª feira	17h - 20h30
	Workshop: Digital Marketing Management (3,5h)	Coordenadores		30	5ª feira	17h - 20h30
	Momento avaliação - Self-Assessment do Bloco II			Home		
Digital Marketing Integration and Trends (14h)	Integrating Digital Marketing In Brand Strategy (3,5h) *	Kyryl Lakishyk	junho	6	5ª feira	17h - 20h30
	Content & Performance Marketing (3,5h)	Pedro Janela			7	6ª feira
	Brand Activation and Social Networks (3,5h)	Ricardo Tomé		27	5ª feira	17h - 20h30
	Momento avaliação - Self-Assessment do Bloco III			Home		
	Workshop: Digital Marketing Practices (3,5h)	Coordenadores	julho	3	4ª feira	17h - 20h30
	Group Work Presentation (3,5h)	Coordenadores			4	5ª feira
Sessão de Encerramento e Entrega de Diplomas			julho	5	6ª feira	a partir das 18h30

* Sessão lecionada em Inglês

Duração Total: 54 horas

Coordenadores:

Joana Santos Silva - MBA pela Católica-Nova e Licenciada em Ciências Farmacêuticas pela Universidade de Coimbra. Pós-Graduada pela Kellogg School of Management. Desempenhou funções como Senior Director for Strategy and Advancement na CATÓLICA-LISBON. Atualmente leciona nos programas de MSc da CATÓLICA-LISBON, onde é também coordenadora de programas de Formação de Executivos nas áreas de marketing, gestão comercial e farmacêutica. Foi distinguida com o prémio Dona Antónia Adelaide Ferreira, que anualmente premeia uma mulher Portuguesa que se tenha destacado pelo seu espírito empreendedor e capacidade de gestão. Exerceu funções de Investigação e Desenvolvimento, Strategic Marketing and Planning and Business Development na indústria farmacêutica.

Pedro Celeste - Doutorado em Gestão pela U. Complutense de Madrid, Diplomado por Kellogg School of Management e IESE Business School, Mestre em Gestão e Estratégia Industrial pelo ISEG, Pós-Graduado em Estudos Europeus pela U. Católica. Coordena os programas de Executive Master in Management, bem como diversos programas nas áreas de Marketing e Gestão Geral na Formação dos Executivos da CATÓLICA-LISBON. Diretor Geral da PC&A - Consultores de Marketing Estratégico - Autor dos livros "52 Métricas de Marketing" e "Vendas e Estratégias de Marketing". Colaborador regular do Expresso, Exame, Dinheiro Vivo, Gerir e Liderar, e Executiva.

Em parceria com:

