



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE MINAS GERAIS
PRÓ-REITORIA DE EXTENSÃO

PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO DE FORMAÇÃO INICIAL

GESTÃO DE TRÁFEGO NO MARKETING DIGITAL¹

Modalidade: Híbrida

Piumhi

Dezembro/2022

¹ Formação relacionada ao seguinte curso do Catálogo Nacional de Cursos Técnicos (CNCT): “Técnico em Marketing”.



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE MINAS GERAIS
PRÓ-REITORIA DE EXTENSÃO**

Reitor:	Kléber Gonçalves Glória
Pró-Reitor de Extensão:	Carlos Bernardes Rosa Júnior
Diretor do <i>campus</i>:	Humberto Coelho de Melo
Coordenador do curso:	Juliano Mendonça Terra

PROJETO PEDAGÓGICO DO CURSO DE FORMAÇÃO INICIAL

GESTÃO DE TRÁFEGO NO MARKETING DIGITAL

Modalidade Híbrida

Projeto Pedagógico do curso “GESTÃO DE TRÁFEGO NO MARKETING DIGITAL”, submetido ao Setor de Extensão do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Minas Gerais - *Campus* Avançado Piumhi, como requisito para a aprovação de Curso de Formação Inicial.

PIUMHI/MG

Outubro/2022

Sumário

1. Dados institucionais
2. Dados gerais do curso
3. Justificativa
4. Objetivos do curso
5. Público-alvo
6. Pré-requisitos e mecanismos de acesso ao curso
7. Matriz curricular
8. Procedimentos didático-metodológicos
9. Descrição dos principais instrumentos de avaliação
10. Definição dos mínimos de frequência e/ou aproveitamento da aprendizagem para fins de aprovação/certificação
11. Infraestrutura física e equipamentos
12. Referências

Anexo I – Plano de Ensino

1. Dados Institucionais

Razão Social	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Minas Gerais – IFMG
CNPJ	10.626.896/0001-72
Esfera Administrativa	Federal
Endereço	<i>Campus</i> Piumhi
E-mail	extpipg.piumhi@ifmg.edu.br
<i>Site</i> da instituição	www.ifmg.edu.br/piumhi

2. Dados Gerais do Curso

Nome do curso	GESTÃO DE TRÁFEGO NO MARKETING DIGITAL
Área temática (conforme FORPROEXT)	Trabalho
Atuação relacionada à seguinte Classificação Brasileira de Ocupações (CBO)	Assistente de Vendas Auxiliar Administrativo Representante Comercial Atendente de Telemarketing Assistente de Marketing Digital
Número de vagas por turma	30
Periodicidade das aulas	Semanal Data de início: Março/2023 Data de término: Novembro/2023
Carga horária	160 h
Modalidade da oferta	() Presencial () à distância (x) Híbrida
Local das aulas	IFMG <i>Campus</i> Piumhi Ambiente Virtual de Aprendizagem
Coordenador/docentes do curso	Juliano Mendonça Terra juliano.terra@ifmg.edu.br Formação resumida do proponente: Graduação em Administração Especialização: -Educação Empreendedora -Gestão de Pessoas -Política e Sociedade Mestrando em Administração

3. Justificativa

O Marketing Digital transformou os canais de distribuição das empresas e empreendedores e abriu o caminho para a criação de novos trabalhos como, por exemplo, o gestor de tráfego. Com a gestão de tráfego nas plataformas digitais mais diversas, ou seja, distribuição de conteúdo ou anúncios diretos para vendas, negócios e empreendedores tem agora um canal de comunicação direta com seus clientes e consumidores.

“Metade do dinheiro que gasto em marketing é desperdiçado, o problema é que não sei qual metade”. No início do século 20, o comerciante americano John Wannamaker disse a famosa frase acima. Mas isso está literalmente no passado, pois com orçamentos pequenos, é possível anunciar para o público alvo correto com as possibilidades de segmentação (sexo, idade, interesses, comportamento de compras online etc.) que só existem no Marketing Digital.

Ter presença digital nos dias de hoje é basicamente uma obrigação para todo e qualquer negócio. Seja um pequeno negócio, MEI, freelancer, não importa o porte, o seu serviço/produto precisa de uma vitrine na internet para que seja encontrado por quem procura.

E estes negócios precisam cada vez mais da ajuda de profissionais de gestão de tráfego, que saibam não apenas como operar as ferramentas de tráfego, mas também que tenham uma visão estratégica de suas possibilidades.

O IFMG é uma instituição pública federal que tem como objetivo oferecer educação pública gratuita e de qualidade, buscando o desenvolvimento social, tecnológico e econômico do país e da região. Tendo esse contexto em mente e visando atender a demanda local e regional, é proposto o presente curso em Gestão de Tráfego.

4. Objetivos do curso

OBJETIVO GERAL:

Implantar e executar o curso de Gestão de Tráfego, disponibilizando ao mercado de trabalho um profissional com habilidade para executar as principais ferramentas de marketing digital existentes no mercado.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Dominar os princípios gerais da gestão de tráfego; e
- Dominar as principais funcionalidades de ações de marketing digital nas seguintes plataformas:
 - a) Facebook;
 - b) Instagram;
 - c) Rede de Pesquisa do Google;
 - d) Youtube; e
 - e) Google Display Network.

5. Público-alvo

- 1) Profissionais que desejam ingressar ou aprimorar a carreira de Gestor de Tráfego;
- 2) Profissionais liberais; e
- 3) Donos de pequenos negócios.

6. Pré-requisitos e mecanismos de acesso ao curso

Explicitar os pré-requisitos de acesso ao curso, como idade, escolaridade e outros.

- Ser maior de 16 anos;
- Ter no mínimo ensino fundamental II completo;
- Possuir habilidades básicas de uso de redes sociais;
- Possuir habilidades básicas de uso do pacote office;

7. Matriz curricular

Modulo	Nome do Módulo	Carga horaria total	Carga horaria presencial
1	Princípios Gerais de Trafego	40	09
2	Gestão de Trafego Digital no Facebook/Instagram	40	12
3	Gestão de Tráfego Digital no Google e na Rede de Pesquisa	40	09
4	Gestão de Trafego Digital no Youtube e Rede de Display	40	09
		160	

7.1 Ementa dos módulos

Módulo 1: Princípios Gerais de Tráfego

Conhecer os princípios gerais que norteiam as ações e estratégias de gestão de tráfego pago no marketing digital, além dos principais conteúdos e conceitos associados à prática, incluindo questões de rastreamento de dados, métricas, planejamento e conversão de resultados.

Módulo 2: Gestão de Tráfego Digital no Facebook/Instagram

Conhecer as principais técnicas de gestão de tráfego e criação de campanhas no Facebook e Instagram, aprendendo como funciona a estrutura destas campanhas (campanha, grupos de anúncios e anúncios), segmentação de públicos, elaboração de criativos e escolha de posicionamentos, bem como as noções principais de cada um dos tipos de objetivos de campanha na ferramenta.

Módulo 3: Gestão de Tráfego Digital no Google e na Rede de Pesquisa

Aprender as configurações iniciais para gestão de tráfego nos canais do Google, seus principais tipos de campanha e como criar as listas de palavras-chave. Entender como funcionam as campanhas da Rede de Pesquisa, além de compreender como elas são criadas, gerenciadas e otimizadas.

Módulo 4: Gestão de Tráfego Digital no Youtube e Rede de Display

Conhecer os tipos de campanha em vídeo e como criar campanhas de distribuição de conteúdo no Youtube. Aprender sobre os principais tipos de otimização de campanhas de vídeo e como criar campanhas de conversão na plataforma, além de como testar e descobrir novos públicos. Finalmente, saber quando usar e como estruturar campanhas na Rede de Display, incluindo o conhecimento sobre os tipos de otimizações possíveis para este posicionamento.

8. Procedimentos didático-metodológicos

Como metodologia de ensino entende-se o conjunto de ações docentes pelas quais se organizam e desenvolvem as atividades didático-pedagógicas, com vistas a promover o desenvolvimento dos conhecimentos, habilidades e atitudes relacionadas a determinadas bases tecnológicas, científicas e instrumentais.

Tendo-se como foco principal a aprendizagem dos discentes, serão adotados tantos quantos instrumentos e técnicas forem necessários. Neste contexto, encontra-se abaixo uma síntese do conjunto de princípios pedagógicos que podem ser adotados no decorrer do curso:

- Envolver os alunos na avaliação de seu processo educativo visando uma tomada de consciência sobre o que sabem e o que precisam e/ou desejam aprender;
- Problematicar o conhecimento, sem esquecer de considerar os diferentes ritmos de aprendizagens e a subjetividade do aluno, incentivando-o a pesquisar em diferentes fontes;
- Utilizar recursos tecnológicos adequados ao público envolvido para subsidiar as atividades pedagógicas; e
- Adotar técnicas flexíveis de planejamento, prevendo mudanças e rearranjos futuros, em função da melhoria no processo de aprendizagem.

9. Descrição dos principais instrumentos de avaliação

No desenvolvimento deste curso, a avaliação do desempenho escolar será feita por componente curricular (podendo integrar mais de um componente), considerando aspectos de assiduidade e aproveitamento.

10. Definição dos mínimos de frequência e/ou aproveitamento da aprendizagem para fins de aprovação/certificação

Dentre outras coisas, explicitar a frequência mínima obrigatória no curso 75% (vistas através da quantidade de acessos ao AVA) e definir o mínimo de aproveitamento da aprendizagem, se couber.

11. Infraestrutura física e equipamentos

O Instituto Federal de Minas Gerais, em seus variados *campi*, possui estúdios de EaD equipados com modernos sistemas de captação de vídeo e áudio, sistemas de iluminação e sistema de isolamento acústica.

Além disso, possui equipe técnica multidisciplinar que atua na definição de políticas e padrões para o Ensino a Distância, acompanhando as etapas de pré-produção, produção e pós-produção.

As videoaulas ficam armazenadas em uma plataforma de *streaming* e as salas virtuais em servidores dedicados na reitoria da instituição, constantemente acompanhados por técnicos especializados.

A instituição também possui plataforma AVA (Moodle) com ferramentas de disponibilização de aulas gravadas, conteúdo didático e variados meios de avaliação.

12. Referências

FAUSTINO, Paulo. **Marketing Digital na Prática: Como criar do zero uma estratégia de marketing digital para promover negócios ou produtos**. São Paulo: DVS EDITORA, 2019.

LAROSSA, Luciano. **Facebook para Negócios: Como vender através da maior rede social do mundo**. São Paulo: DVS EDITORA, 2018.

MUNHOZ, Julia. **Instagram para Negócios: Aprenda a vender todos os dias transformando seguidores em clientes**. São Paulo: DVS EDITORA, 2020.

LAROSSA, Luciano. **Instagram, WhatsApp e Facebook para Negócios: Como ter lucro através dos três principais canais de venda**. São Paulo: DVS EDITORA, 2021

Anexo I – Plano de Ensino

Plano de ensino do curso proposto.

NOME DO CURSO: GESTÃO DE TRÁFEGO NO MARKETING DIGITAL		
CH teórica: 67 h	CH prática: 93 h	CH total: 160h
Ementa: Conhecer as principais ferramentas e posicionamentos de gestão de tráfego pago no marketing digital (Facebook Ads, Google Ads e Youtube Ads); identificar as principais estratégias para cada um destes posicionamentos e ferramentas; implementar campanhas de gestão de tráfego.		
Objetivos gerais: Implantar e executar o curso de Gestão de Tráfego, disponibilizando ao mercado de trabalho um profissional antenado com as principais ferramentas de marketing digital existentes no mercado		
Objetivos específicos: - Dominar os princípios gerais da gestão de tráfego; e - Dominar as principais funcionalidades de ações de marketing digital nas seguintes plataformas: a) Facebook; b) Instagram; c) Rede de Pesquisa do Google; d) Youtube; e e) Google Display Network.		
Bibliografia Básica: FAUSTINO, Paulo. Marketing Digital na Prática: Como criar do zero uma estratégia de marketing digital para promover negócios ou produtos. São Paulo: DVS EDITORA, 2019. LAROSSA, Luciano. Facebook para Negócios: Como vender através da maior rede social do mundo. São Paulo: DVS EDITORA, 2018. MUNHOZ, Julia. Instagram para Negócios: Aprenda a vender todos os dias transformando seguidores em clientes. São Paulo: DVS EDITORA, 2020.		
Bibliografia Complementar: LAROSSA, Luciano. Instagram, WhatsApp e Facebook para Negócios: Como ter lucro através dos três principais canais de venda. São Paulo: DVS EDITORA, 2021.		