



Escola Superior de Tecnologia e Gestão

Designação	Criação de Conteúdos Digitais
------------	-------------------------------

Área de Formação (CNAEF)	ECTS	Nível EQF
213 – Audio-visuais e Produção dos Média	3	6

	Presenciais	Online - síncronas	Online - assíncronas	TOTAL
Horas de contacto	20	12		32
Horas de trabalho autónomo				52
Horas TOTAIS				84

Público a que se destina	Jovens e adultos com formação de base em áreas não CTEAM.
Vagas (se aplicável)	

1. Equipa docente/ Equipa de Formação

	nome	email	Science ID
Responsável científico IPVC	Jorge Garcia	jorgegarcia@esce.ipvc.pt	FC10-68A7-C36A
Docentes; Formadores/as			

2. Resumo

Esta ação de curta duração visa proporcionar uma compreensão clara sobre os fundamentos da criação de conteúdos digitais, incluindo as etapas de planeamento, design e publicação. Pretende desenvolver competências práticas no uso de ferramentas digitais para criar texto, imagem, vídeo e multimédia, bem como estruturar estratégias de comunicação adaptadas a diferentes plataformas e públicos. O conhecimento será aplicado em exercícios práticos ao longo da ação, culminando na realização de um projeto final, onde os participantes deverão apresentar e justificar as suas decisões criativas, avaliando a eficácia dos conteúdos produzidos.

3. Objetivos de aprendizagem

1. Compreender os fundamentos da criação de conteúdos digitais, incluindo planeamento, design e publicação.
2. Desenvolver competências práticas em ferramentas digitais para criação de texto, imagem, vídeo e multimédia.
3. Estruturar estratégias de comunicação digital, ajustadas a diferentes plataformas e públicos.

4. Integrar o conhecimento em exercícios práticos ao longo do curso, culminando num projeto final.
5. Apresentar e justificar decisões criativas, avaliando a eficácia do conteúdo digital produzido.

4. Conteúdos

1. Módulo 1: Fundamentos e Planeamento de Conteúdos Digitais

- 1.1. Introdução à Criação de Conteúdos
 - 1.1.1. O que são conteúdos digitais e como impactam o público
 - 1.1.2. Exemplos de boas práticas em diferentes plataformas
- 1.2. Planeamento Estratégico de Conteúdos
 - 1.2.1. Definição de objetivos de comunicação
 - 1.2.2. Criação de personas (público-alvo) e alinhamento de estratégias
 - 1.2.3. Planeamento de cronogramas e campanhas

Componente Prática

- Desenvolvimento de um briefing inicial para o projeto final
- Identificação de objetivos, público-alvo e ideias principais
- Pesquisa e elaboração de um esboço do conteúdo digital, com base no briefing criado

2. Módulo 2: Ferramentas Práticas para Criação de Conteúdos

- 2.1. Design Gráfico Simplificado
 - 2.1.1. Introdução ao Canva ou ferramentas semelhantes
 - 2.1.2. Criação de gráficos para redes sociais, blogs e apresentações
- 2.2. Edição Básica de Vídeo
 - 2.2.1. Ferramentas como CapCut ou DaVinci Resolve
 - 2.2.2. Adição de texto, transições e outros elementos visuais

Componente Prática

- Criação de um conteúdo gráfico (exemplo: post para redes sociais)
- Produção de um vídeo curto, integrando técnicas aprendidas
- Revisão e melhoria dos conteúdos criados, com base em tutoriais e feedback de colegas

3. Módulo 3: Escrita e Otimização de Conteúdos

- 3.1. Técnicas de Escrita Digital
 - 3.1.1. Escrita adaptada para blogs, redes sociais e newsletters
 - 3.1.2. Técnicas de SEO: escolha de palavras-chave e otimização de texto
- 3.2. Storytelling Visual
 - 3.2.1. Criação de narrativas visuais eficazes
 - 3.2.2. Alinhamento de texto, imagem e vídeo numa mensagem coesa

Componente Prática:

- Desenvolvimento de um conteúdo completo, integrando texto, imagem e vídeo
- Aplicação das técnicas de SEO e storytelling ao conteúdo criado

- Finalização do projeto prático, com integração de feedback e revisão dos conteúdos

5. Metodologias de ensino e aprendizagem

- Sessões Presenciais/online:** Formação interativa com explicação em cada módulo e exercícios autónomos para consolidação de conhecimentos e desenvolvimento do projeto final
- Projeto Prático Progressivo:** Trabalho contínuo em cada aula, culminando numa apresentação final
- Feedback Personalizado:** Acompanhamento individual e discussão coletiva para evolução contínua

6. Avaliação

1. Participação nas Aulas (20%)

Envolvimento nas discussões e exercícios práticos

2. Exercícios práticos em aula (30%)

Realização e entrega de tarefas solicitadas

3. Projeto Final (50%)

Originalidade, aplicabilidade e qualidade do conteúdo criado

Clareza e objetividade na apresentação

7. Bibliografia (Deve optar apenas por uma norma de referência bibliográfica: ex. APA 6ª edição, Vancouver ou NP 405)

Livros

- Kotler, Philip, Kartajaya, Hermawan, e Setiawan, Iwan (2017).** *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. Wiley
 - Uma obra essencial para compreender a transição para o digital e as suas implicações na comunicação e criação de conteúdos
- Smith, Joe Pulizzi (2021).** *Epic Content Marketing: How to Tell a Different Story, Break Through the Clutter, and Win More Customers by Marketing Less*. McGraw-Hill Education
 - Guia prático para a criação de conteúdos que engajem públicos e promovam a marca
- Sheridan, Marcus (2019).** *They Ask, You Answer: A Revolutionary Approach to Inbound Sales, Content Marketing, and Today's Digital Consumer*. Wiley
 - Focado na criação de conteúdos baseados nas dúvidas e necessidades do público
- Moreno, Cristina (2020).** *Design de Comunicação Digital: Estratégias para a Web e Novas Mídias*. Bookman Editora
 - Enfatiza estratégias de design e comunicação visual no contexto digital

Artigos e Publicações Online

- Content Marketing Institute** (<https://www.contentmarketinginstitute.com>)
 - Recursos ricos sobre estratégias, ferramentas e boas práticas para criação de conteúdos digitais
- Neil Patel Blog** (<https://neilpatel.com/blog>)



- Dicas e tutoriais detalhados sobre SEO, marketing de conteúdos e estratégias digitais
- **Canva Design School** (<https://www.canva.com/designschool/>)
- Tutoriais e inspirações para criação de design gráfico em plataformas digitais
- **HubSpot Blog** (<https://blog.hubspot.com>)

- Focado em inbound marketing, com artigos relevantes sobre comunicação e criação de conteúdos

Ferramentas e Tutoriais

- **Google Skillshop** (<https://skillshop.withgoogle.com>)
- Cursos gratuitos sobre Google Ads, Google Analytics e outras ferramentas de marketing
- **Trello Blog** (<https://blog.trello.com>)
- Artigos sobre organização e gestão de projetos, incluindo conteúdo visual
- **CapCut Tutoriais** (<https://www.capcut.com>)
- Recursos e guias para edição de vídeo de forma prática e intuitiva
- **SEO Moz Blog** (<https://moz.com/blog>)
- Conteúdos avançados sobre SEO e otimização para motores de busca

Recursos Audiovisuais

- **YouTube - Canva Tutoriais**
- Canal oficial do Canva com vídeos que ensinam a criar designs de forma simples e prática. (<https://www.youtube.com/c/Canva>)
- **Video Editing with CapCut**
- Vídeos disponíveis no YouTube para iniciantes em edição de vídeo com CapCut. (https://www.youtube.com/results?search_query=capcut+tutoriais)
- **TED Talks sobre Criatividade e Comunicação Digital**
- Exemplos:
 - *How to Speak so that People Want to Listen* (Julian Treasure)
 - *Your Body Language Shapes Who You Are* (Amy Cuddy)

Normas e Guias

- **Guia de Boas Práticas para Redes Sociais** – APDC (Associação Portuguesa para o Desenvolvimento das Comunicações)
- Recomendações para empresas e profissionais sobre utilização ética e eficiente das redes sociais
- **Manual de Boas Práticas de SEO** – Google Search Central. (<https://developers.google.com/search/docs/beginner/seo-starter-guide>)
- Guia oficial para otimização de conteúdos para motores de busca

Aprovação em CTC (data):

(parecer)