

FORMAÇÃO MODULAR CALENDARIZADA

Código	Designação do curso	Duração (horas)	Enquadramento/Finalidade	Objetivos	Conteúdo programático	Unidade de Formação Modular Certificada (UFCD)	Calendário
1	WORD	50	Aprenda a criar, manipular, formatar e imprimir documentos no Microsoft Word	<ul style="list-style-type: none"> - criar, editar e formatar documentos de vários géneros: cartas, circulares, tabelas e relatórios - configurar documentos para impressão - inserir gráficos e tabelas em documentos - utilizar ferramentas avançadas de tratamento de texto; - gerar documentos em massa - automatizar documentos 	<ul style="list-style-type: none"> - Processador de texto - Operações básicas - Formatações - Edição e revisão de texto - Impressão - Tabulações, tabelas e colunas - Melhorar o aspeto visual dos documentos - Documentos longos - Percorrer o documento rapidamente 	0754 Processador de texto (50h)	<i>Brevemente</i>
2	WORD Avançado	25	Desenvolva competências de processamento de texto para uma apresentação mais profissional de documentos.	<ul style="list-style-type: none"> - formatar documentos complexos de vários géneros - criar índices de vários tipos - inserir hiperligações e campos automáticos - partilhar e comparar documentos. - usar referências cruzadas. - automatizar documentos 	<ul style="list-style-type: none"> - Modelos e assistentes - Criação de modelos - Criação de documentos com recurso a assistentes - Impressão em série - Formulários - Macros 	0755 Processador de texto - funcionalidades avançadas (25h)	<i>Brevemente</i>
3	EXCEL	50	A folha de cálculo Excel é atualmente uma ferramenta de importância primordial em qualquer área de atividade.	<ul style="list-style-type: none"> - criar folhas de cálculo e formatar células - inserir fórmulas e funções - criar gráficos - utilizar ferramentas de tratamento de dados - configurar e imprimir documentos - automatizar tarefas 	<p>Folha de cálculo – conceitos gerais; Ficheiros e folhas de cálculo; Células; Formatação de linhas e colunas; Fórmulas; Impressão de folhas de cálculo; Categorias de funções do Excel; Principais funções do Excel; Formatação condicional; Filtragens: Automática e Avançada; As “Tabelas dinâmicas”; Criação e formatação de gráficos; Gráficos com séries de dados de dois tipos; Utilização de “Tabelas de dados” (What-if Tables); O “Gestor de cenários”; O “Solucionador” (Solver); “Atingir objetivo” (Goal seek); Analisar dependentes e precedentes; Proteção da folha de cálculo e de zonas da folha de cálculo; Atalhos de teclado.</p>	0778 Folha de cálculo (50h)	<i>Brevemente</i>

4	EXCEL Avançado	25	O Excel é das ferramentas transversais mais utilizadas no meio empresarial, permitindo acelerar o desempenho de tarefas e melhorar o desempenho profissional. O curso dá-lhe a conhecer as funções e ferramentas mais avançadas de visualização, formatação, cálculo e análise de dados bem como automatização de tarefas (macros).	<ul style="list-style-type: none"> - utilizar fórmulas e funções avançadas - saber importar e cruzar ficheiros e folhas de cálculo - construir e alterar tabelas dinâmicas - utilizar as ferramentas de Base de Dados, Previsão e Simulação - construir macros de gravação 	Formatação de Células Gestão de documentos Funções Avançadas Gestão e Organização de dados Tabelas Dinâmicas (Pivot Tables) Importação e ligação entre ficheiros Ferramentas de análise de problemas Automatização de Tarefas (macros)	0757 Folha de cálculo - funcionalidades avançadas (25h)	de 23 jan a 22 fev 24 de TERÇA e QUINTA (Lisboa e Marinha Grande) - 1º dia das 19h00 às 20h00 (presencial); do 2º ao 9º dia das 19h00 às 22h00 (videoconferência)
5	POWER BI	50	Aprenda a transformar dados complexos em indicadores relevantes para a tomada de decisões.	<ul style="list-style-type: none"> - aplicar técnicas de storytelling. - Criar relatórios utilizando técnicas de navegação centradas no utilizador. - Construir dashboards em Power BI. - Elaborar relatórios paginados. 	Construção de relatórios em Power BI Desenho do layout de um relatório Botões, marcadores e seleções Navegação de relatório de design Interações básicas Interações avançadas e fure através Formatações condicionais Operações de manipulação de dados Gestão de relatórios em Power BI Publicação e exportação de relatórios Comentários em relatórios Otimização do desempenho dos relatórios Otimização de relatórios para uso móvel Construção de dashboards Criação de um dashboard em Power BI Introdução aos relatórios paginados Obtenção de dados Criação de um relatório paginado Operação com gráficos no relatório Publicação de relatórios	10802 Storytelling com Dados (50h)	de 24 jan a 4 mar 24 de SEGUNDA, QUARTA e SEXTA (Lisboa e Marinha Grande) - 1º dia das 19h00 às 21h00 (presencial); do 2º ao 17º dia das 19h00 às 22h00 (videoconferência)
6	INGLÊS Digital		Desenvolva os seus conhecimentos de inglês e conheça o vocabulário específico comunicação digital	No final do curso os formandos estarão aptos a utilizar a língua inglesa como instrumento de comunicação de forma autónoma, proporcionando-lhes uma ferramenta complementar que seja uma mais-valia a nível profissional que permita ao profissional o acesso a um leque mais amplo de oportunidades laborais	Apresentações (oral e escrita) caracterização de apresentação entrevistas; E-Marketing plano, satisfação do cliente; marketing-mix; E-business abordar temáticas por atividade finanças; Reuniões participação em reuniões técnicas de negociação; Relações públicas contatos com parceiros networking; Terminologia específica para e-business; para e-marketing;	0447 - Língua inglesa - e-marketing (50h)	de 29 jan a 8 mar 24 SEGUNDA, QUARTA e SEXTA (Lisboa e Marinha Grande) - 1º dia das 19h00 às 21h00 (presencial); do 2º ao 17º dia das 19h00 às 22h00 (videoconferência)

7	Marketing Digital	25	<p>Aprenda os princípios de marketing Digital para aplicar a um negócio Digital ou Empresa seguindo um plano de marketing digital. Perceba quais os canais de distribuição que deve trabalhar. Entenda o que é o e-consumidor e de que forma o pode impactar desenvolvendo uma comunicação direcionada e estratégica. Perceba o que é o e-marketing, e o e-commerce, e de que forma pode melhorar e fazer crescer o seu negócio no digital.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - conhecer as ferramentas e novas estratégias de marketing digital: e-mail marketing, social media, Google marketing - identificar as diversas transações comerciais em ambiente online: B2C, B2B - criar websites e lojas online (e-commerce) - conhecer as vantagens da Internet para os novos consumidores digitais e os seus hábitos de compra 	<ul style="list-style-type: none"> - Internet e os canais de distribuição - Portais/ sites/motores de busca/ centro comerciais virtuais/ lojas virtuais - Tecnologias de informação e a relação com o cliente - E-consumidor - E-marketing - E-commerce 	9214 Marketing Digital (25h)	<p>de 23 jan a 22 fev 24</p> <p>de TERÇA e QUINTA (Lisboa e Matinha Grande) - 1º dia das 19h00 às 20h00 (presencial); do 2º ao 9º dia das 19h00 às 22h00 (videoconferência)</p>
8	Meios de Comunicação Digital	25	<p>Aprenda a identificar os novos canais de comunicação e a utilizar uma linguagem integrada e coerente, que posicione a marca no seu segmento de atuação. Faça uma correta gestão de campanha omnichannel para potenciar recursos e conteúdos, alcançando melhores resultados para o negócio/marca.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - identificar os principais meios de comunicação digital para quem já tem marcas próprias ou quer criar uma marca - produzir conteúdos para newsletters, pop ups, banners, formulários, podcasts, vídeos, qr codes - criar uma campanha de comunicação (online e offline) 	<ul style="list-style-type: none"> - Comunicação online - Novos hábitos online dos consumidores - Instrumentos de comunicação online - Novas ferramentas da comunicação - Novos canais de comunicação / os media sociais - Importância das redes sociais na comunicação 	9216 Meios de Comunicação Digital (25h)	<i>Brevemente</i>
9	Plano de e-Marketing	50	<p>Saiba como elaborar um Plano de Negócios aliado a uma estratégia de marketing comercial</p>	<ul style="list-style-type: none"> - criar um plano de e-Marketing seguindo as várias etapas: objetivos, estratégias, calendarização e análise de resultados - identificar os 4Ps do Marketing Mix da sua entidade: Produto, Preço, Pontos de Venda e Promoção - para a criação de marca ou produto online - efetuar análise SWOT do negócio: pontos fortes, fracos, oportunidades e ameaças do mercado 	<ul style="list-style-type: none"> - Metodologia para a construção do plano de e-marketing - e-objetivos - e-posicionamento estratégico - Análise de situação (interna e externa) - Oportunidades vs ameaças -Parcerias - Escolha dos canais de e-comunicação - Implementação e controlo do e-plano 	0446 Plano de e-Marketing (50h)	<i>Brevemente</i>
10	Gestão de Conteúdos Digitais	25	<p>Aprenda a gerir os diferentes conteúdos digitais como produtos de marketing e ponto de contacto para com os clientes e empresas parceiras</p>	<ul style="list-style-type: none"> - reconhecer a importância dos motores de pesquisa - criar e gerir conteúdos usando diversas técnicas de web copywriting: storytelling, gamification e user generated content - distinguir os conceitos de marketing viral e buzz marketing - aplicar a técnica de SEO: otimização de conteúdos para motores de pesquisa - gerir conteúdos em blogs 	<ul style="list-style-type: none"> - Publicidade nas redes sociais - Campanhas de publicidade no Facebook e Instagram - Campanhas de publicidade no Youtube 	9220 Gestão de Conteúdos Digitais (25h)	<i>Brevemente</i>

11	Gestão do Mobile	50	Saiba como gerir as várias plataformas móveis numa campanha de marketing e defina uma estratégia de marketing mobile	<ul style="list-style-type: none"> - distinguir as diversas ferramentas mobile: SMS, apps, mobile commerce, geolocalização, qr codes, whatsapp - desenvolver uma aplicação móvel - produzir conteúdos para aplicações - conhecer as tendências do consumidor mobile 	<ul style="list-style-type: none"> - Consumidor mobile - Mobile marketing - Ferramentas mobile 	9221 Gestão de mobile (50h)	<i>Brevemente</i>
12	Proteção de Dados	25	<p>O Regulamento Geral de Proteção de Dados (RGPD) tem por objetivo harmonizar as leis de proteção de dados por toda a Europa, como forma de proteger os cidadãos da UE e a privacidade dos seus dados. São desta forma impostas às organizações novas obrigações, que terão diferente impacto na vida destas, consoante a sua natureza, área de atividade, dimensão e tipo de tratamentos de dados pessoais que realizem.</p> <p>O incumprimento das regras levará a coimas de montantes elevados para as empresas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Conhecer o Regulamento Geral da Proteção de Dados (RGPD) - analisar as implicações na atividade da sua entidade - definir e implementar uma política de proteção de dados para sua entidade 	<p>O impacto do Regulamento Geral de Proteção: a proteção de dados nas organizações;</p> <p>Principais conceitos;</p> <p>A quem se aplica o Regulamento;</p> <p>Os direitos dos titulares dos dados;</p> <p>As obrigações do responsável pelo tratamento dos dados pessoais;</p> <p>Violação de dados e procedimentos relacionados;</p> <p>O reforço de políticas e procedimentos de segurança de dados;</p> <p>Tratamento de dados pessoais, monitorização e controlo;</p> <p>O incumprimento do Regulamento.</p>	10672 Introdução à utilização e proteção dos dados pessoais (25h)	<i>Brevemente</i>
13	Publicidade nas redes sociais	75	Conheça as redes sociais em detalhe e saiba como publicitar a sua oferta com sucesso	<ul style="list-style-type: none"> - conhecer as diferentes funcionalidades e tipos de presença das redes sociais: Facebook, Instagram, LinkedIn, YouTube, TikTok - produzir conteúdos persuasivos para as diversas redes sociais - gerir campanhas de publicidade segmentadas - gerir anúncios de publicidade nas redes sociais - desenvolver relatórios de reporting com as principais métricas (KPI) de publicidade 	<ul style="list-style-type: none"> - Tipos de presença e funcionalidades específicas - Tipologias de conteúdos - Métricas e reporting - Exemplos e análise de casos - Instagram marketing - LinkedIn marketing - Gestão de sinergias entre diferentes redes sociais - Publicidade nas redes sociais - Campanhas de publicidade no Facebook e Instagram - Campanhas de publicidade no Youtube 	<p>10784 - Gestão da presença empresarial nas redes sociais (50h)</p> <p>10785 -Publicidade nas redes sociais (25h)</p>	<p>de 22 jan a 20 mar 24</p> <p>SEGUNDA, QUARTA e SEXTA (Lisboa e Marinha Grande) 1º dia das 19h00 às 22h00 (presencial); do 2º ao 25º dia das 19h00 às 22h00 (videoconferência)</p>

14	CIBERSEGURA NÇA	25	Conheça as ameaças e as tendências do mundo cibernético, aprendendo a proteger a sua privacidade on-line e a reconhecer atempadamente sinais de intrusão no seu sistema.	<ul style="list-style-type: none"> - Identificar os fundamentos da cibersegurança. - Reconhecer os diferentes tipos de ameaças cibernéticas. - Reconhecer o perfil e a motivação dos ataques cibernéticos. - Desenvolver mecanismos de proteção do local de trabalho face aos diferentes tipos de malware. 	<p>Ameaças cibernéticas BOTNETS Ciber-espionagem Armas cibernéticas Internet banking Mobile malware Mercado negro da internet Spam e phishing Classes populares de malware Bankers (PC, dispositivos móveis, pontos de venda, ATM) Mobile Exploits Ransoms Spies Técnicas modernas de distribuição de ameaças Armas cibernéticas – ameaças avançadas persistentes (APT) e ameaças industriais + Segurança contra ameaças cibernéticas no posto de trabalho</p>	UFCD 9188 - Fundamentos de Cibersegurança (nível 5)	de 25 jan a 27 fev 24 TERÇA e QUINTA (Lisboa e Marinha Grande) - 1º dia das 19h00 às 20h00 (presencial); do 2º ao 9º dia das 19h00 às 22h00 (videoconferência)
15	WORD E INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL	25	Explore as funcionalidades avançadas do Word utilizando a Inteligência Artificial	<ul style="list-style-type: none"> - Corrigir automaticamente textos, inclusive com sugestões de ortografia e gramática. - Formatar o texto através das opções que a IA apresenta - Tornar a colaboração mais fácil, de maneira que várias pessoas possam editar um documento simultaneamente - Pesquisar e navegar nos documentos. 	<p>Módulo 1: Explorando as Funcionalidades Avançadas do Word (8 horas) Módulo 2: Introdução à Inteligência Artificial (7 horas) Módulo 3: Integrando IA no Microsoft Word (5 horas) Módulo 4: Projeto Prático (5 horas)</p>	NA	de 22 jan a 21 fev 24 SEGUNDA e QUARTA (Lisboa e Marinha Grande) - 1º dia das 19h00 às 20h00 (presencial); do 2º ao 9º dia das 19h00 às 22h00 (videoconferência)