

Plano de Curso

E-mail Marketing para Empresas

Dados básicos do curso

Professor:	Maurici Junior
Formação Acadêmica:	Graduado em Publicidade e Propaganda. Pós-graduado em Gestão da Comunicação em Mídias Digitais.
Link para o currículo:	https://www.linkedin.com/in/mauricijunior/

Ementa:

Ensinar aos participantes o papel que o e-mail marketing tem no processo de comunicação enquanto as mudanças nas formas de uso dessa ferramenta.

Foco: Explicar a diferença entre e-mail marketing e comunicação em massa, mostrando que o e-mail marketing não morreu.

Ideia central: Mostrar, na prática, como criar uma campanha de e-mail marketing utilizando uma ferramenta de mercado.

Síntese: Apresentar as principais métricas de e-mail marketing e como analisar os resultados.

Objetivos do Curso:

Apresentar as principais métricas de e-mail marketing e como analisar os resultados.

Estrutura do Curso (módulos ou aulas):

- Apresentação
- Aula 01: Os impactos da LGPD no e-mail marketing
- Aula 02: SPAM no E-mail Marketing
- Aula 03: Ciclo de uma Campanha
- Aula 04: Criando uma conta na plataforma
- Aula 05: Base de Contatos
- Aula 06: Otimização do disparo
- Aula 07: Mensuração de resultados
- Aula 08: Erros Comuns
- Aula 09: Criando e disparando o e-mail

Público-alvo:

O Curso de E-mail Marketing é destinado a estudantes, empresários, profissionais liberais e autônomos que queira aprimorar seus passos em campanhas de marketing na Internet, candidatos a Prefeito, vereadores, assessores parlamentares, gestores públicos municipais, profissionais de marketing político e comunicadores.

Frase inspiradora:

“Se você for realmente relevante para o público, ele prestará atenção em você”.

Martha Gabriel



Referências para estudos e consulta:

Referência Bibliográficas

- JUNIOR, Maurici; SALVADOR, Mauricio. **Marketing Digital de Alta Performance**. Editora ComSchool, 2016.
- KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 3.0** - As Forças que Estão Definindo o Novo Marketing Centrado no Ser Humano. Editora Campus, 2010.
- KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 4.0**. Do tradicional ao digital. Editora Sextante, 2017.

