



Escola de formação de analistas de mídia de performance

Por que a EFAMAP?.....	2
Para quem é a EFAMAP?.....	3
Conteúdo das aulas.....	3
Como avaliamos você?.....	6
No que acreditamos.....	6
Conheça nossos corpo docente.....	7



Escola de formação de analistas de mídia de performance

O programa de formação para analistas de marketing de performance da EFAMAP é feito para você que quer começar uma nova carreira em mídia digital.

## Por que a EFAMAP?

Com rigor acadêmico e excelência no ensino, nós da EFAMAP estamos comprometidos com a formação de cada pessoa e para isso construímos nosso programa, focando nos seguintes diferenciais:

### **Aprenda com situações reais**

Trabalhamos com uma metodologia 100% prática, onde você terá acesso a contas de Google e Facebook Ads de empresas que possuem campanhas ativas, e irá acompanhar e entender as ações tomadas para otimização dos resultados.

### **Acompanhamento individualizado**

Turmas de até 30 estudantes com 2 sessões de feedbacks individuais. O curso é 100% online com aulas ao vivo para que você possa interagir com toda a turma.

### **Mídia digital com viés de growth marketing**

Metodologia voltada para gerar resultados de negócio, via plataformas como Google e Facebook Ads. Você aprenderá a realizar análises e otimizar as campanhas de mídia de diferentes tipos de empresas.

### **Conexão com o mercado de trabalho**

A partir do último mês do curso, você poderá realizar entrevistas em empresas parceiras da EFAMAP. No modelo de sucesso compartilhado, você só paga a partir do momento em que está trabalhando na área ;-)

### **Corpo docente com experiência de verdade**

Atuando há mais de 15 anos em mídia digital, nosso corpo docente já gerenciou contas de diferentes portes e segmentos, indo desde pequenos anunciantes e startups a grandes empresas como Grupo Cogna, Netshoes, Fast Shop, Peixe Urbano, Itaú, entre muitas outras.

## Para quem é a EFAMAP?

Queremos pessoas com a ambição de mudar de carreira e com a mente aberta para aprender. Os pré-requisitos - avaliados ao longo do nosso processo seletivo - são os seguintes:

### **Perfil analítico**

Quem consegue entender contextos e encontrar resultados por meio de associações lógicas. Desafia suas crenças e não se importa em mudar de ideia, caso os resultados mostrem outros caminhos.

### **Comunicação lógica**

Quem se comunica de forma organizada, construindo as ideias de modo que as pessoas consigam entender. A clareza vem pelo domínio do conteúdo, e não por ter poder de oratória.

### **Vontade de fazer acontecer**

Valoriza o estudo, tem vontade de aprender e de aplicar os conceitos na prática. Não desiste diante de um contratempo e tem muita vontade de desenvolver uma carreira para chamar de sua.

## Conteúdo das aulas

Foco nas habilidades demandadas pelo mercado de trabalho

### **Módulo 1: Introdução e estrutura de campanhas (30 horas de aula ao vivo)**

O primeiro módulo vai nivelar o conhecimento da turma introduzindo os principais conceitos de marketing digital e como eles se conciliam com objetivos de negócio. Também aprenderão a desenvolver uma campanha inicial no Google Ads: desde a seleção de palavras-chave até a estrutura de campanha. Por fim, introduziremos o Google Analytics e as diferentes métricas do universo digital para realizar análises que realmente gerem impacto nos resultados.

- Aula 01 - Canais e objetivos de negócio
- Aula 02 - Introdução e palavras-chave
- Aula 03 - Estrutura da conta de Google Ads
- Aula 04 - Redação de anúncios & landing page
- Aula 05 - Leilão e métricas
- Aula 06 - Objetivos e KPIs
- Aula 07 - Configurações técnicas & orçamento
- Aula 08 - Google Analytics

**Módulo 2: Análise e otimização dos resultados (37 horas de aula ao vivo)**

Após aprender a estruturar campanhas do Google Ads, você passará a monitorar os resultados, na prática. As aulas começam com uma análise da performance dos últimos dias, de uma conta real, no intuito de reforçar o processo de análise e tomada de decisão e dessa forma, , propor melhorias contínuas em campanhas de mídia digital.

Nesse módulo, você também aprenderá a desenvolver campanhas no Facebook Ads e Google Display Network.

- Aula 09 - Primeiros dias de campanha
- Aula 10 - Google Shopping e DSA
- Aula 11 - Introdução e Segmentação
- Aula 12 - Remarketing e first party data
- Aula 13 - Formatos e mensagem
- Aula 14 - Configuração de campanha e upload
- Aula 15 - GDN - Introdução e Segmentação
- Aula 16 - GDN - Formatos e Configurações
- Aula 17 - Otimização Facebook Ads
- Aula 18 - Otimização - índice de qualidade

**Módulo 3: Gestão de mídia digital (30 horas de aula ao vivo)**

No último módulo, você terá uma visão mais ampla de mídia digital, aprendendo a otimizar o orçamento total, alocando entre os canais de acordo com a performance. Serão introduzidos conceitos de growth marketing como cultura do erro, rentabilidade incremental e amostragem estatística.

- Aula 19 - Amostragem estatística e decisões assertivas
- Aula 20 - Mensuração e tracking
- Aula 21 - Automação de lances
- Aula 22 - Otimização pelo incremental
- Aula 23 - Outros canais
- Aula 24 - Testando novos canais
- Aula 25 - Gerenciando o mix de mídia
- Aula 26 - Outras disciplinas de aquisição e conversão

Além de 26 aulas com foco em conteúdo, reservamos 5 aulas ao longo do curso para discutir exercícios em mais profundidade, trazer pessoas convidadas, reforçar conceitos e realizar as sessões de feedbacks individuais.

Após cada aula, as apresentações e as gravações das aulas (via Google Meets) ficarão disponíveis no Google Classroom e no Google Drive.

Ao longo do semestre você deverá realizar diversos exercícios individuais ou em dupla tais como:

- Envio de e-mail com análise dos resultados da conta estudo.
- Criar estruturas de campanha no Google e Facebook Ads.
- Planejar o orçamento mensal de investimento para uma empresa.

Esses exercícios serão apresentados em aula e contarão para a avaliação final.

Ao longo do curso também são disponibilizados diversos materiais de suporte como checklists e um guia de conceitos.

## Como funciona a aula?

01	<ul style="list-style-type: none"><li>• Discussão e revisão dos testes e exercícios.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Duração: 30 - 40 minutos</li></ul>
02	<ul style="list-style-type: none"><li>• Objetivo da aula e primeira parte do conteúdo. Ou análise dos resultados e otimização (a partir da aula 8).</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Duração: 40 - 50 minutos</li></ul>
03	<ul style="list-style-type: none"><li>• Intervalo</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Duração: 10 minutos</li></ul>
04	<ul style="list-style-type: none"><li>• Segunda parte do conteúdo de aula. Exercício e leitura complementar para aula seguinte</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Duração: 40 - 50 minutos</li></ul>

*Obs: A EFAMAP dá flexibilidade ao corpo docente para alterar essa estrutura de acordo com as necessidades específicas de cada aula e turma.*

## Como funciona a avaliação?

### Participação nas aulas:

- Os alunos devem assistir as aulas ao vivo, a gravação das aulas sendo um recurso de suporte
- Máximo de 6 faltas não justificadas ao longo do curso
- As faltas devem ser avisadas com antecedência
- No caso de falta, a pessoa se compromete a assistir a aula gravada em até 7 dias.

### Método de avaliação:

- Entrega de 100% das atividades
- Tarefas não entregue nas datas, perderam 10% da nota
- Cada atividade vale 10 pontos, incluindo o trabalho final
- As atividades possuem pesos diferentes
  - Atividades para casa - 60%
  - Atividade - análise por e-mail - 20%
  - Trabalho final - 20%
  - Participação em aula - até 10% adicionais

### Pré-requisitos para aprovação:

- Média mínima para aprovação = 7,5
- Não ultrapassar o limite de faltas

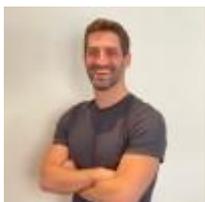
## No que acreditamos

### Os 10 princípios da EFAMAP

1. Teste sempre. Você pode fazer tudo, contanto que tenha uma boa hipótese.
2. Não aceite fazer algo que não entende o motivo, não vai dar certo.
3. Comece pequeno, ganhe rentabilidade e cresça.
4. Uma análise é um meio para melhorar nossas ações, não é um fim em si mesma.
5. O verdadeiro fracasso é realizar uma ação e não aprender nada.
6. Seu tempo é um ativo crucial, otimize-o.
7. Sempre é possível explicar as ações, não importa com quem esteja falando.
8. Antes de fazer algo sempre considere se o objetivo da ação está claro.
9. Quem manda é o resultado final.
10. Seja gentil com você mesmo.

## Conheça nosso corpo docente

### **Henrique Russowsky**



Um dos primeiros funcionários do Google no Brasil, onde permaneceu de 2005 a 2009, atuando na área de venda de publicidade com diferentes perfis de clientes. Em 2010, saiu do Google para fundar a Jüssi, uma das maiores agências de marketing digital do país, hoje pertencente ao grupo WPP. Depois de 10 anos, encerrou seu ciclo na Jüssi e passa a se dedicar à formação de novos talentos para o marketing digital

### **Maurício Alexandre**



Um dos primeiros profissionais a trabalhar em otimização de busca paga no Brasil, na B2W, iniciando em 2006. Liderou o time de performance da Fbiz de 2007 a 2013, trabalhando com algumas das maiores contas de e-commerce do período. Em 2013, atuou como CMO da fintech Bidu, permanecendo na empresa até 2017, quando decidiu sair para se dedicar a projetos de consultoria e formação de profissionais.

### **Jucelia Guimarães**



Profissional graduada em tecnologia da informação pela Fatec e MBA em marketing pela ESPM, tem mais de 13 anos de experiência em mídia digital e performance, gerenciando equipes e trabalhando com importantes contas de diversos segmentos.