

Programa de Formação

ENTIDADE FORMADORA: Instituto Carla Moreira, Unipessoal, Lda.			
ÁREA DE FORMAÇÃO	DESIGNAÇÃO DA AÇÃO/CURSO		
342 - Marketing e publicidade	Formação Business – Marketing Online e Offline para Projetos Educativos e Infantis		
Regime/Local:	À distância (e-learning síncrono) – sessões ao vivo por Zoom		
DATA DE INÍCIO:	A definir	DATA DE FIM:	A definir
HORÁRIO:	Sessões semanais, 18h00 –20h00	DURAÇÃO:	40 horas (20 sessões de 2 horas)
MODALIDADE DE FORMAÇÃO:	Outras ações de formação - Formação contínua		

Objetivos Gerais

Capacitar profissionais da área da educação e do trabalho com crianças com conhecimentos e ferramentas práticas de marketing online e offline, comunicação, posicionamento e estruturação de serviços, permitindo-lhes desenvolver, promover e sustentar projetos educativos de forma ética, consciente e alinhada com o desenvolvimento integral da criança.

Objetivos Específicos

- Desenvolver uma mentalidade empreendedora consciente aplicada a projetos educativos.
- Clarificar a identidade profissional e a proposta de valor do seu projeto.
- Estruturar uma comunicação clara, ética e alinhada com o trabalho com crianças.
- Compreender os fundamentos do marketing aplicados à área educativa.
- Criar uma presença online profissional e estratégica.
- Utilizar ferramentas de marketing digital de forma simples e eficaz.
- Desenvolver conteúdos que comuniquem valor, autoridade e confiança.
- Aplicar estratégias de marketing offline no contexto educativo.
- Criar e apresentar propostas para escolas, instituições e projetos educativos.
- Desenvolver competências de apresentação, comunicação e venda consciente.
- Estruturar parcerias com escolas, municípios e outras entidades.
- Criar um plano de ação prático e adaptado à sua realidade profissional.

Programa de Formação

ICM_DTP_01.0

CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS		
MÓDULO	DESIGNAÇÃO	CARGA HORÁRIA
1	Mentalidade, identidade e ética em projetos educativos	6 horas (sessões 1 a 3)
2	Posicionamento profissional na área da educação	4 horas (sessões 4 e 5)
3	Comunicação consciente e marca pessoal	6 horas (sessões 6 a 8)
4	Marketing digital aplicado a projetos educativos	8 horas (sessões 9 a 12)
5	Conteúdo, autoridade e presença online	6 horas (sessões 13 a 15)
6	Marketing offline, escolas e parcerias institucionais	4 horas (sessões 16 e 17)
7	Propostas, apresentação e venda consciente	6 horas (sessões 18 a 20)

Conteúdos programáticos por módulo

Módulo 1 – Mentalidade, identidade e ética em projetos educativos: mentalidade profissional no contexto educativo; crenças sobre venda e valorização; identidade profissional e diferenciação; valores, limites e intenção; ética aplicada ao marketing; relação com escolas e instituições; sustentabilidade emocional e profissional.

Módulo 2 – Posicionamento profissional na área da educação: públicos de projetos na infância e prescritores; segmentação e personas; jornada de decisão; posicionamento, alternativas e concorrência; canvas da proposta de valor; mensagem-chave.

Módulo 3 – Comunicação consciente e marca pessoal: marca pessoal, tom de voz e storytelling; identidade visual e kit de marca; imagens de crianças: autorizações e boas práticas; comunicação consciente; resposta a pedidos de informação e a objeções; apresentação de 1 minuto.

Módulo 4 – Marketing digital aplicado a projetos educativos: canais digitais e funil simples; perfil da empresa no Google e página com informação clara; redes sociais e formatos; lista de contactos, consentimento (RGPD; Lei n.º 41/2004) e sequência de boas-vindas; métricas, anúncios e publicidade dirigida a menores.

Módulo 5 – Conteúdo, autoridade e presença online: conteúdo de valor e pilares de conteúdo; autoridade e rigor; copywriting, carrossel e vídeo curto; linguagem para famílias e para escolas; calendário editorial e produção em bloco; provas sociais e eventos online.

Programa de Formação

Módulo 6 – Marketing offline, escolas e parcerias institucionais: ações offline e materiais impressos; rede local e programa de recomendação; tipos de parceria (escolas, AEC, municípios, associações, IPSS); abordagem às instituições; requisitos habituais; acordo de parceria.

Módulo 7 – Propostas, apresentação e venda consciente: estrutura de uma proposta para escolas; cálculo do preço; apresentação visual; perguntas frequentes das instituições; venda consciente, objeções, fecho e seguimento; apresentação do plano de ação final.

PÚBLICO-ALVO/DESTINATÁRIOS

Esta formação destina-se a **profissionais da área da educação e do trabalho com crianças** que pretendem estruturar, comunicar e promover os seus projetos, serviços ou atividades de forma sustentável e alinhada com valores educativos e humanos.

Inclui, nomeadamente:

- Educadores de Infância
- Professores do Ensino Básico
- Técnicos de AEC e projetos educativos
- Professores de Yoga Infantil
- Professores de Yoga que trabalham ou desejam trabalhar com crianças
- Terapeutas e profissionais de práticas integrativas em contexto infantil
- Animadores socioculturais e técnicos de intervenção educativa
- Profissionais que desenvolvem projetos educativos, artísticos ou terapêuticos para crianças

RECURSOS PEDAGÓGICOS

(Previsão do tipo de recursos técnico-pedagógicos a utilizar, para apoio dos formandos e dos formadores)

Recursos Pedagógicos

A formação recorre a uma diversidade de recursos pedagógicos, técnicos e digitais, com o objetivo de proporcionar uma aprendizagem prática, aplicada e contextualizada à realidade dos profissionais da educação.

Materiais de Estudo e Apoio

- Manual do Formando (PDF), com os conteúdos de cada módulo, e Guia da Formação
- Fichas de trabalho e exercícios práticos

Programa de Formação

- Checklists e templates de apoio (posicionamento, comunicação, propostas)
- Exemplos reais de projetos educativos e propostas para escolas

Recursos Audiovisuais

- Gravações das sessões síncronas, disponibilizadas para revisão (não substituem a presença)
- Apresentações visuais de apoio (slides)
- Exemplos práticos comentados pela formadora

Ferramentas de Interação e Acompanhamento

- Grupo de WhatsApp da turma (avisos e dúvidas) e email da formação
- Espaço para esclarecimento de dúvidas
- Momentos de partilha e reflexão coletiva

Atividades Práticas

- Exercícios de reflexão individual
- Construção progressiva do próprio projeto profissional
- Simulações de apresentação de propostas a escolas e instituições
- Criação de um plano de ação individual

Apoio Técnico

- Gravações das sessões disponibilizadas para revisão
- Materiais complementares em formato digital

METODOLOGIAS DE AVALIAÇÃO

Avaliação Inicial

A avaliação inicial tem como objetivo identificar o nível de experiência, necessidades e expectativas dos formandos relativamente ao desenvolvimento e promoção de projetos educativos. Será realizada através de:

- Questionário diagnóstico inicial

Programa de Formação

	• Reflexão sobre o estado atual do projeto ou atividade profissional • Identificação dos objetivos individuais para a formação Esta avaliação tem caráter diagnóstico e não classificativo, permitindo ajustar o acompanhamento às necessidades do grupo.
Avaliação contínua	A avaliação contínua decorre ao longo de todo o percurso formativo, permitindo acompanhar o progresso dos formandos na aplicação prática dos conteúdos. Será realizada através de: • Participação nas atividades propostas ao longo da formação • Realização de exercícios práticos aplicados ao projeto profissional do formando • Desenvolvimento progressivo dos elementos do projeto (posicionamento, comunicação, propostas, etc.) • Interação nos momentos de partilha e reflexão CrITÉRIOS de avaliação: • Aplicação prática dos conceitos abordados • Clareza e coerência das estratégias desenvolvidas • Envolvimento nas atividades propostas • Evolução do projeto profissional ao longo da formação
Avaliação final	A avaliação final pretende verificar a consolidação das aprendizagens e a capacidade de estruturar um projeto educativo sustentável. Será realizada através de: • Elaboração de um plano de ação final, onde o formando integra os conhecimentos adquiridos na formação • Reflexão final sobre o percurso de aprendizagem • <u>Apresentação do plano de ação na sessão 20; autoavaliação do processo formativo (a autoavaliação não conta para a classificação)</u> Serão considerados os seguintes critérios:

Programa de Formação

	• Coerência do plano de ação apresentado • Adequação das estratégias de comunicação e marketing ao contexto educativo • Integração dos conteúdos trabalhados ao longo da formação
CrITÉrios de avaliação e ponderação	Avaliação contínua (40%): participação e envolvimento nas sessões (10%); exercícios práticos aplicados ao projeto profissional – identidade, posicionamento, marca, conteúdos, propostas (30%). Avaliação final (60%): plano de ação final – coerência, adequação das estratégias ao contexto educativo e integração dos conteúdos (40%); apresentação do plano na sessão 20 (10%); reflexão final sobre o percurso (10%). Instrumentos de avaliação: questionário diagnóstico inicial; observação direta, participação oral e grelha de observação das sessões; fichas de trabalho do Manual do Formando (Fichas 1 a 19); grelha de avaliação do plano de ação e grelha de avaliação da apresentação; reflexão final escrita; ficha de autoavaliação e questionário de satisfação (não contam para a classificação).
Escala e classificação	Classificação final numa escala de 0 a 20 valores (0–9 Insuficiente; 10–13 Suficiente; 14–17 Bom; 18–20 Muito Bom). Aprovação com classificação igual ou superior a 10 valores. A avaliação inicial e a autoavaliação têm carácter diagnóstico e formativo e não contam para a classificação final. Retorno dos resultados: os resultados da avaliação são comunicados a cada formando por email – feedback escrito individual a cada tarefa (48 a 72 horas úteis), classificação das atividades no final de cada módulo e Ficha de Resultados da Avaliação, com a classificação de cada componente e a classificação final, até 15 dias após o fim da formação. O formando pode pedir esclarecimento sobre uma classificação, por email, no prazo de 5 dias úteis.

Programa de Formação

AVALIAÇÃO DA QUALIDADE DA FORMAÇÃO

A qualidade da formação será avaliada no final da ação através de um **questionário de avaliação de satisfação dos formandos**, que permitirá recolher feedback sobre:

- Organização da formação
- Clareza e relevância dos conteúdos
- Adequação das metodologias utilizadas
- Qualidade dos materiais pedagógicos
- Utilidade da formação para o desenvolvimento profissional

Os resultados desta avaliação serão analisados pela entidade formadora com o objetivo de **melhorar continuamente a qualidade das ações formativas**.

CONDIÇÕES DE CONCLUSÃO

Para obtenção do certificado de conclusão da formação, os formandos deverão cumprir os seguintes requisitos:

- Conclusão das atividades propostas ao longo da formação
- Realização do plano de ação final
- Classificação final igual ou superior a 10 valores
- Presença em, pelo menos, 90% das sessões síncronas (registo de presenças em cada sessão Zoom)

A conclusão com aproveitamento é comprovada pelo Instituto, de acordo com os critérios indicados neste programa.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Cialdini, R. B. (2007). *Influence: The Psychology of Persuasion* (ed. rev.). Collins Business.
- Freire, P. (1996). *Pedagogia da Autonomia: Saberes Necessários à Prática Educativa*. Paz e Terra.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Administração de Marketing* (14.ª ed.). Pearson.
- Ries, A., & Trout, J. (2001). *Positioning: The Battle for Your Mind*. McGraw-Hill.
- Schön, D. A. (1983). *The Reflective Practitioner: How Professionals Think in Action*. Basic Books.
- Sinek, S. (2009). *Start With Why: How Great Leaders Inspire Everyone to Take Action*. Portfolio/Penguin.