



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Marketing Digital Seguro para Agricultores – DIGIAGRIMARK (Safe Digital Marketing for Agripreneurs)

Erasmus+ KA2: Parcerias Estratégicas para a Educação de Adultos -
No. 2020-1-TR01-KA204-094469



MARKETING DIGITAL E SEGURANÇA DIGITAL PARA AGRICULTORES MANUAL DO INSTRUTOR



2023

<https://digiagrimark.com>



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Marketing Digital Seguro para Agricultores – DIGIAGRIMARK (Safe Digital Marketing for Agripreneurs)

Erasmus+ KA2: Parcerias Estratégicas para a Educação de Adultos - No. 2020-1-TR01-KA204-094469



MARKETING DIGITAL E SEGURANÇA DIGITAL PARA AGRICULTORES MANUAL DO INSTRUTOR

2023

“Financiado pelo Programa Erasmus+ da União Europeia. No entanto, a Comissão Europeia e a Agência Nacional Turca não podem ser responsabilizadas por qualquer utilização que possa ser feita das informações que aí contêm.”



institute of
Entrepreneurship
Development





MARKETING DIGITAL E SEGURANÇA DIGITAL PARA AGRICULTORES

O Manual do Formador "Safe Digital Marketing for Agripreneurs" foi preparado no âmbito do Projeto "Safe Digital Marketing for Agripreneurs" (Programa Erasmus+ KA2 Parcerias Estratégicas para a Educação de Adultos - Nº: 2020-1-TR01-KA204-094469) apoiado pela Agência Nacional Turca.

Design gráfico: İlknur BÖĞREKÇİ, Fethi ATALAR

Ano de publicação: 2023

odos os direitos reservados. Impresso para distribuição gratuita.

Pode ser citado citando a fonte. É proibida a reprodução e venda total ou parcial do livro.

" O apoio da Comissão Europeia à produção desta publicação não constitui uma aprovação do seu conteúdo, que reflecte apenas as opiniões dos autores, e a Comissão não pode ser responsabilizada por qualquer utilização que possa ser feita da informação nela contida."



Marketing Digital Seguro para Agricultores (Safe Digital Marketing for Agripreneurs) – DIGIAGRIMARK

Erasmus+ KA2: Parcerias Estratégicas para a Educação de Adultos - No. 2020-1-TR01-KA204-094469

Parceiros do Projeto:

Aydın Valiliği (EU and Foreign Relations Office), Turquia
Aydın Adnan Menderes University, Turquia
Aydın İl Tarım ve Orman Müdürlüğü, Turquia
Institute of Entrepreneurship Development (IED), Grécia
Sosyal Etki ve Yenilikçi Eğitim Derneği (SOYED), Turquia
Baldaque & Alves da Silva, Lda (NEWTIE), Portugal
European Grants International Academy SRL (EGInA), Itália
Söke Zirai Üretim İşletmesi Tarımsal Yayım ve Hizmetiçi Eğitim Merkezi Müdürlüğü (TAYEM), Turquia
Inercia Digital SL (INERCIA), Espanha

Editores

İlknur Böğrekci, Aydın Valiliği (EU and Foreign Relations Office)
Dr. Taner Arabacıoğlu, Aydın Adnan Menderes University
Prof. Dr. Göksel Armağan, Aydın Adnan Menderes University
Dr. Ebru Serter, Aydın İl Tarım ve Orman Müdürlüğü
Alexandra Baldaque, Baldaque & Alves da Silva, Lda (NEWTIE)

Autores

İlknur Böğrekci, Proje Koordinatörü, Aydın Valiliği (EU and Foreign Relations Office)
Emre Özceylan, Aydın Valiliği (EU and Foreign Relations Office)
Dr. Taner Arabacıoğlu, Aydın Adnan Menderes University
Prof. Dr. Göksel Armağan, Aydın Adnan Menderes University
Dr. Ebru Serter, Aydın İl Tarım ve Orman Müdürlüğü
Alexandra Baldaque, Baldaque & Alves da Silva, Lda (NEWTIE)
Emine Yıldız, Aydın İl Tarım ve Orman Müdürlüğü
Sinem Durukal, Aydın İl Tarım ve Orman Müdürlüğü
Stella Ionnou, Institute of Entrepreneurship Development (IED)
Yaşar Yılmaz, Sosyal Etki ve Yenilikçi Eğitim Derneği
Fethi Atalar, Sosyal Etki ve Yenilikçi Eğitim Derneği
Kurşat Aşık, Söke Zirai Üretim İşletmesi Tarımsal Yayım ve Hizmetiçi Eğitim Merkezi Müdürlüğü (TAYEM)
Erkan Toy, Söke Zirai Üretim İşletmesi Tarımsal Yayım ve Hizmetiçi Eğitim Merkezi Müdürlüğü (TAYEM)
Valentina Brilli, European Grants International Academy SRL (EGINA)
Isabel Gonzalez, Inercia Digital SL (INERCIA)
Javier García Gómez, Inercia Digital SL (INERCIA)



TABELA DE CONTEÚDOS

TABELA DE CONTEÚDOS.....	v
1. INTRODUÇÃO	1
2. PROGRAMA DE ENSINO/APRENDIZAGEM	2
3. METODOLOGIA NO DESENVOLVIMENTO DO CURRÍCULO DO CURSO.....	2
4. REQUISITOS DE ENTRADA E PERFIL DO PARTICIPANTE	3
5. QUALIFICAÇÕES DOS FORMADORES	3
6. OBJECTIVOS DO PROGRAMA.....	3
7. PROGRAMA DE ENSINO/APRENDIZAGEM.....	4
7.1. Currículo - Estrutura de ensino/aprendizagem.....	4
7.2. Estrutura de ensino/aprendizagem para o ensino presencial	4
7.3. Estrutura de ensino/aprendizagem para a aprendizagem em linha	4
7.4. Estrutura de ensino/aprendizagem para a aprendizagem mista	5
8. EXPLICAÇÕES SOBRE A EXECUÇÃO DO PROGRAMA	6
9. CONTEÚDO E DURAÇÃO DO PROGRAMA.....	8
10. INSTRUMENTOS PEDAGÓGICOS A UTILIZAR NA EXECUÇÃO DO PROGRAMA	9
11. PRINCÍPIOS DE MEDIÇÃO E AVALIAÇÃO	10
12. CERTIFICAÇÃO	11
13. RESULTADOS DO CURSO.....	11
14. 12. MÓDULOS.....	13
14.1. MÓDULO 1 – GESTÃO E MARKETING DIGITAL.....	13
14.1.1. Introdução	13
14.1.2. Objectivos, resultados da aprendizagem e conteúdo do Módulo 1.....	13
14.1.3. Recursos úteis para o Módulo 1	16
14.1.4. Contribuição dos Resultados da Aprendizagem do Módulo 1 para os Resultados do Programa 17	
14.2. MÓDULO 2 - MARKETING DE CONTEÚDOS.....	19
14.2.1. Introdução	19
14.2.2. Objectivos, resultados da aprendizagem e conteúdo do módulo 2	19
14.2.3. Recursos úteis para o Módulo 2	22
14.2.4. Contribuição dos Resultados da Aprendizagem do Módulo 2 para os Resultados do Programa 24	
14.3. MÓDULO 3. ÍNTERNET VE SOSYAL CRM	25
14.3.1. Introdução	25



14.3.2.	Objectivos, resultados da aprendizagem e conteúdo do módulo 3	25
14.3.3.	Recursos úteis para o Módulo 3	28
14.3.4.	Contribuição dos Resultados da Aprendizagem do Módulo 3 para os Resultados do Programa 30	
14.4.	MÓDULO 4 - ANÁLISE DE DADOS E REPORTE	31
14.4.1.	Introdução	31
14.4.2.	Objectivos, resultados da aprendizagem e conteúdo do módulo 4	31
14.4.3.	Recursos úteis para o Módulo 4	33
14.4.4.	Contribuição dos Resultados da Aprendizagem do Módulo 4 para os Resultados do Programa 35	
14.5.	MÓDULO 5 – ANÚNCIOS DIGITAIS E CAMPANHAS	37
14.5.1.	Introdução	37
14.5.2.	Objectivos, resultados da aprendizagem e conteúdo do módulo 5	37
14.5.3.	Recursos úteis para o Módulo 5	39
14.5.4.	Contribuição dos Resultados da Aprendizagem do Módulo 4 para os Resultados do Programa 40	
14.6.	MÓDULO 6 - MARKETPLACE E E-COMMERCE	41
14.6.1.	Introdução	41
14.6.2.	Conteúdo do Módulo 6 e Dicas para os Alunos e Os Formadores	41
14.6.3.	Recursos úteis para o Módulo 6	43
14.6.4.	Contribuição dos Resultados da Aprendizagem do Módulo 6 para os Resultados do Programa 45	
14.7.	MÓDULO 7 - COOPERAÇÃO DO AGRONEGÓCIO.....	47
14.7.1.	Introdução	47
14.7.2.	Objectivos, Resultados da Aprendizagem e Conteúdo do Módulo 7	47
14.7.3.	Recursos úteis para o Módulo 7	49
14.7.4.	Contribuição dos Resultados da Aprendizagem do Módulo 7 para os Resultados do Programa 51	
14.8.	MÓDULO 8 - SEGURANÇA CIBERNÉTICA PESSOAL.....	53
14.8.1.	Introdução	53
14.8.2.	Objectivos, Resultados da Aprendizagem e Conteúdo do Módulo 8	53
14.8.3.	Recursos úteis para o Módulo 8	55
14.8.4.	Contribuição dos Resultados da Aprendizagem do Módulo 8 para os Resultados do Programa 56	
14.9.	MÓDULO 9- PRIVACIDADE E SEGURANÇA NO MARKETING DIGITAL.....	57
14.9.1.	Introdução	57
14.9.2.	Objectivos, resultados da aprendizagem e conteúdo do módulo 9	57



14.9.3.	Recursos úteis para o Módulo 9	60
14.9.4.	Contribuição dos Resultados da Aprendizagem do Módulo 9 para os Resultados do Programa 61	
15.	GUIA DA PLATAFORMA ELECTRÓNICA PARA FORMADORES	63
15.1.	ESTRUTURA DO CURSO.....	64
15.2.	RELATÓRIOS DOS ALUNOS.....	65
16.	BIBLIOGRAFIA	67





“Marketing Digital e Segurança Digital para Agricultores” Manual do instrutor

1. INTRODUÇÃO

No mundo acelerado e interligado de hoje, o marketing digital tornou-se uma ferramenta indispensável para as empresas agrícolas atingirem um público mais vasto, promoverem os seus produtos e desenvolverem relações fortes com os clientes. À medida que mais empresários entram no mundo digital, torna-se ainda mais importante informá-los não só sobre os benefícios, mas também sobre os potenciais riscos e desafios que podem enfrentar.

O principal objetivo deste guia é ajudar os formadores a transferir conhecimentos e competências essenciais para os empresários agrícolas, permitindo-lhes utilizar eficazmente as técnicas de marketing digital e proteger as suas empresas e clientes de potenciais ameaças.

O guia apresenta um currículo que abrange os princípios básicos do marketing digital seguro e é feito à medida dos empresários agrícolas no âmbito do projeto Safe Digital Marketing for Agripreneurs. O currículo foi concebido para ser acessível e prático, desde a compreensão das plataformas em linha e da análise de audiências até à criação de conteúdos cativantes, à monitorização do desempenho e à garantia da segurança digital. O panorama digital está em constante mudança e surgem regularmente novas tecnologias e tendências. Ao desenvolver o currículo de formação e este guia, o objetivo foi garantir que o conteúdo é tão atualizado quanto possível e contém as informações mais recentes para satisfazer as necessidades dinâmicas do sector agrícola.

Ao longo deste guia, encontrará a estrutura abrangente do currículo, os conteúdos dos módulos, dicas e recursos úteis para facilitar sessões de formação eficazes. Cada capítulo foi concebido para incentivar a participação ativa.

Também estão incluídas explicações detalhadas sobre como aceder e utilizar a plataforma de formação <https://digiagrimark.net> e os materiais de formação preparados no âmbito do projeto Digiagrimark, que o formador pode utilizar durante a formação.

No final desta formação, os empresários agrícolas estarão equipados com os conhecimentos e competências necessários para alavancar eficazmente o marketing digital, dando prioridade à segurança nas suas actividades online. Sob a orientação do formador, estes empresários podem desbloquear o poderoso potencial do marketing digital para apoiar o crescimento, aumentar o acesso ao mercado e contribuir para um ecossistema agrícola sustentável.



2. PROGRAMA DE ENSINO/APRENDIZAGEM

Este guia metodológico refere-se a um programa de formação/aprendizagem composto por nove módulos. Todos os módulos foram concebidos para permitir qualquer combinação nos programas de formação, de acordo com as necessidades dos empresários. Além disso, na plataforma de aprendizagem online - <https://digiagrimark.net> (acessível através da criação de um nome de utilizador e de uma palavra-passe), que complementa este material, o conteúdo das unidades pode ser seguido individualmente pelos formandos, sem a obrigação de se seguirem uns aos outros entre as unidades.

3. METODOLOGIA NO DESENVOLVIMENTO DO CURRÍCULO DO CURSO

O Quadro Digital de Qualificações da Comissão Europeia, que inclui oito níveis de qualificação, foi tido em conta na preparação do módulo.

O Quadro Europeu de Qualificações (QEQ) é um quadro de referência europeu comum cujo objetivo é tornar as qualificações mais compreensíveis nos diferentes países. Abrangendo qualificações a todos os níveis e em todos os subsistemas de ensino, o QEQ fornece uma visão global das qualificações em 39 países europeus atualmente em prática. O Centro Europeu para o Desenvolvimento da Formação Profissional (ECDEFOP) presta apoio analítico e de coordenação à aplicação do QEQ e realiza estudos comparativos e análises sobre questões relacionadas com a aplicação do quadro a nível da UE, nacional e setorial. A aplicação do QEQ baseia-se na Recomendação relativa a um Quadro Europeu de Qualificações para a Aprendizagem ao Longo da Vida, adoptada pelo Parlamento Europeu e pelo Conselho em 23 de abril de 2008.

O núcleo do Quadro Europeu de Qualificações é constituído por oito níveis de referência definidos em termos de resultados de aprendizagem, ou seja, conhecimentos, aptidões e competências. Por conseguinte, os Resultados de Aprendizagem são especificados em três categorias: Conhecimentos, Aptidões e Competências. As acções/realizações dos módulos e a carga de trabalho são também acrescentadas à tabela de resultados.

A equipa de produção intelectual do projeto formulou os resultados de aprendizagem dos módulos com base nos termos europeus de resultados de aprendizagem.

Durante o processo de preparação, foram seguidas as seguintes etapas:

1. revisão da literatura
2. inquéritos - análise das necessidades
3. situação atual nos países parceiros do projeto
4. instruções e directrizes para a preparação dos resultados de aprendizagem e dos módulos
5. definição dos objectivos de aprendizagem: Acções/resultados, conhecimentos, aptidões e competências para cada módulo, duração (horas)
7. método de medição e avaliação
8. definição do conteúdo dos módulos
9. revisõesO currículo/curso de formação "Marketing Digital Seguro para Empresários Agrícolas" está preparado em nove módulos no nível 3 do QEQ.

4. REQUISITOS DE ENTRADA E PERFIL DO PARTICIPANTE

Os participantes previstos para o módulo de formação pertencem ao grupo-alvo de pessoas que vivem em zonas rurais e/ou trabalham em pequenas empresas agrícolas ou na produção de alimentos em explorações agrícolas. No entanto, qualquer pessoa pode também participar no programa de formação.

1. Conhecimentos básicos e familiaridade com as TIC e as plataformas em linha/meios de comunicação social
2. Ter mais de 18 anos de idade,
3. Ter, pelo menos, o ensino primário completo.
4. Ter as características físicas necessárias para desempenhar as tarefas e as competências exigidas pelo programa do curso.

5. QUALIFICAÇÕES DOS FORMADORES

As qualificações de formador/formando são determinadas de acordo com a seguinte ordem

Docentes que trabalhem em estabelecimentos de ensino superior que constituam uma fonte no domínio das Tecnologias da Informação e da Comunicação, das Ciências Informáticas e da Gestão e Marketing

Professores (no domínio das Tecnologias da Informação e da Computação e da Gestão e Marketing)

Engenheiros com um certificado em TIC e/ou competências de marketing

Formadores com um certificado de ensino/formação em TIC e/ou competências de marketing

6. OBJECTIVOS DO PROGRAMA

A evolução das tecnologias da informação e da comunicação tem um impacto profundo nas sociedades actuais. Este impacto provoca mudanças radicais, desde o mercado de trabalho aos processos de ensino e aprendizagem, desde os instrumentos de comunicação às relações interpessoais. As chamadas telefónicas que podem ser feitas através da Internet, as mensagens de correio electrónico que podem ser entregues ao destinatário no outro lado do mundo em segundos e a capacidade de os indivíduos se exprimirem a grandes massas no mundo virtual podem ser dados como exemplos destas mudanças. Estão também a ocorrer mudanças significativas no domínio do marketing. Com as aplicações de mercado, os vendedores podem servir todo o país ou promover os seus produtos através dos sítios das redes sociais. Além disso, com o desenvolvimento do sector da logística, as vendas e as entregas de um extremo ao outro do país podem ser feitas facilmente.

A Comissão Europeia atribui grande importância à digitalização na agricultura. Em abril de 2019, a Comissão organizou o Seminário EIP-AGRI sobre estratégias a vários níveis para a digitalização da agricultura e das zonas rurais, com a participação de 25 Estados-Membros. Em primeiro lugar, foram debatidos os principais componentes da estratégia de digitalização e os desafios enfrentados no desenvolvimento de estratégias para a digitalização da agricultura. Neste contexto, o principal objetivo do programa é criar uma plataforma inovadora e sustentável de formação e-learning para o marketing digital.

O Programa do Curso "Marketing Digital Seguro para Empresários Agrícolas" foi preparado com o objetivo de contribuir para dotar os agricultores de competências para realizar marketing digital de forma segura.



7. PROGRAMA DE ENSINO/APRENDIZAGEM

7.1. Currículo - Estrutura de ensino/aprendizagem

A conceção dos módulos baseia-se no QEQ. Neste contexto, os módulos estão organizados como Nível 3. Este nível foi determinado com base nos resultados da análise das necessidades e tendo em consideração os desenvolvimentos tecnológicos actuais.

O programa de formação/aprendizagem é composto por nove módulos. Todos os módulos foram concebidos de forma a permitir a sua utilização individual ou qualquer combinação em programas de formação, de acordo com as necessidades dos participantes.

O Módulo de Formação pode ser implementado de três formas diferentes: 1. formação/aprendizagem presencial, 2. aprendizagem em linha e 3. formação/aprendizagem mista. Para tirar o máximo partido da formação, recomenda-se que os formandos estudem e pratiquem sozinhos.

7.2. Estrutura de ensino/aprendizagem para o ensino presencial

Para além dos métodos de explicação, de pergunta-resposta e de aprendizagem pela experiência, são aplicados nos processos de aprendizagem métodos e técnicas de aprendizagem individual que ajudam os indivíduos a pensar, a investigar, a resolver problemas e a reconstruir e concretizar os conhecimentos e as competências que adquiriram.

Os temas são organizados do simples ao complexo, do fácil ao difícil. No entanto, os formadores podem conceber a sequência de conteúdos de acordo com as infra-estruturas e instalações físicas da sala de aula e com a disponibilidade e as capacidades dos indivíduos.

Durante o curso, a participação ativa dos alunos na educação deve ser apoiada, permitindo-lhes participar em actividades como a curiosidade e o planeamento, a investigação e a descoberta, a análise e o aprofundamento, a partilha e a aplicação à vida. Fora do curso, os indivíduos devem ser encorajados a praticar actividades de auto-aprendizagem para reforçar o que aprenderam.

Além disso, pode ser criado um ambiente em linha para a resolução dos problemas encontrados pelos formandos.

No processo de aprendizagem-formação dos módulos, para além da estrutura básica de 32 horas (presencial), são recomendadas horas em linha, de auto-estudo e de prática.

Tendo em conta a estrutura do programa de formação e as características do formando, considera-se que esta estrutura é importante para atingir o objetivo das actividades.

7.3. Estrutura de ensino/aprendizagem para a aprendizagem em linha

A aprendizagem em linha é um método educativo em que qualquer pessoa que se possa ligar à Internet, sem qualquer espaço físico, pode receber informações utilizando dispositivos tecnológicos como computadores, smartphones ou tablets em qualquer ambiente.

No entanto, para este programa de aprendizagem, os alunos precisam de ter alguns conhecimentos básicos sobre os módulos iniciais.

Os módulos podem ser ensinados através de 3 métodos diferentes determinados pelas instituições de ensino.

Aprendizagem em linha síncrona: é um modelo em que o professor e o grupo de participantes estão presentes no ambiente da sala de aula virtual ao mesmo tempo e a atividade de ensino é realizada.

Modelo assíncrono (tempo separado) em linha: São apresentados aos participantes diversos materiais didáticos, tais como manuais, ficheiros de vídeo e áudio. Desta forma, o participante pode realizar a atividade de aprendizagem individualmente, de acordo com o seu próprio ritmo e em qualquer altura.

Aprendizagem mista em linha: é um modelo em que são aplicados modelos de tempo simultâneo e separado no mesmo programa de ensino.

Depois de se registar em linha, o participante pode completar a formação em linha através dos 3 métodos diferentes acima indicados. Os participantes podem ser monitorizados através do sistema. É possível ver qual a unidade que completaram ou não. Podem ser seguidas as aulas em direto dadas por formadores especializados em determinados dias e horas. Assim, os participantes podem fazer perguntas ao instrutor durante a aula e participar ativamente na mesma. Para além das aulas em direto, podem ver e descarregar vídeos de cursos preparados no painel de ensino. Ao fazerem os exercícios e as tarefas no painel de formação, podem compreender melhor a matéria. Também é possível obter respostas às suas perguntas num curto espaço de tempo, escrevendo uma mensagem através do sistema. No final do período de formação especificado, é aplicado um exame em linha. É atribuído um certificado de conclusão ao participante que cumpra as condições de aprovação no exame determinadas pela instituição.

7.4. Estrutura de ensino/aprendizagem para a aprendizagem mista

A aprendizagem mista é uma abordagem educativa que combina materiais educativos em linha e oportunidades de interação em linha com métodos tradicionais de sala de aula presencial. Requer a presença física do professor e do aluno, com algum controlo do aluno sobre o tempo, o local, o programa ou o ritmo da aprendizagem. As práticas de sala de aula presencial são combinadas com actividades mediadas por computador relacionadas com o conteúdo e a prestação de serviços, enquanto os alunos continuam a frequentar escolas "de tijolo e cimento" onde está presente um professor. A aprendizagem mista é também utilizada em contextos de desenvolvimento profissional e de formação.

A aprendizagem mista não deve ser considerada como a única utilização de materiais tecnológicos para complementar o ensino tradicional. O equilíbrio na aprendizagem mista pode ser considerado como uma instituição intensiva em linha que oferece aulas presenciais para além do ensino em linha para aumentar a eficiência.

Com base nas explicações anteriores, os módulos de formação devem ser planeados como formação presencial e em linha. Durante o planeamento, são tidos em consideração os temas, do simples ao complexo, do fácil ao difícil. Exceptuando os temas que são decididos como formação presencial, os restantes são feitos como formação em linha.



8. EXPLICAÇÕES SOBRE A EXECUÇÃO DO PROGRAMA

O Curso "Marketing Digital Seguro para Agro-empresários" pode ser utilizado por agricultores, agro-empresários, aldeões ou outros indivíduos, mas também por especialistas em TIC, professores, formadores, engenheiros, planeadores, formadores certificados em formações presenciais ou mistas no domínio do marketing e das TIC.

O grupo-alvo são os agricultores com diferentes ritmos de trabalho e, eventualmente, com diferentes empregos em diferentes países. Por conseguinte, devem sentir-se completamente livres para escolher o seu horário para esta formação. No entanto, também podem ser implementados programas de aprendizagem presencial ou mista, de acordo com o perfil dos grupos de formação.

O currículo/curso foi preparado em colaboração com peritos de universidades, centros de formação, instituições públicas, associações e organizações internacionais.

1. Através deste programa, pretende-se contribuir para a comercialização eficaz dos produtos ou empresas dos próprios agricultores em vários ambientes digitais e adquirir conhecimentos e competências em matéria de marketing digital.

2. Para além dos métodos de ensino expositivo, de pergunta-resposta, de aprendizagem pela prática e de experimentação nos processos de aprendizagem, são aplicados métodos e técnicas de aprendizagem individual que ajudam os indivíduos a pensar, investigar, resolver problemas, reestruturar e aplicar os conhecimentos e as competências que adquiriram.

3. o ensino à distância surgiu devido a razões como a falta de recursos e de professores para a educação de pessoas que vivem em povoações remotas, as necessidades educativas de pessoas com deficiências físicas ou doenças, as necessidades educativas de pessoas que não puderam continuar a educação formal, as necessidades educativas de soldados e conscritos que cumprem os seus deveres patrióticos, as necessidades educativas de reclusos nas prisões e a pandemia. Trata-se de uma abordagem educativa que surgiu por razões de ordem económica.

4. A educação à distância é um conceito em que são utilizados meios interactivos como a comunicação informática, as conferências áudio e vídeo e a aprendizagem é definida como um processo social.

O ensino à distância é um ensino planeado e formal em que o formador e o formando se encontram geralmente longe um do outro ou em que os próprios formandos participam à distância, podendo a comunicação ser efectuada por meios tecnológicos.

5. Este programa define o âmbito do Programa do Curso de Formação em Marketing Digital a ser implementado através do ensino à distância, as questões a considerar, as secções que devem ser incluídas no programa e as questões que devem ser incluídas no conteúdo dessas secções.

6. A parte de ensino à distância do programa do curso pode ser implementada de forma síncrona ou assíncrona.

7. A fim de alcançar a qualidade desejada das actividades educativas e assegurar a interação aluno-professor e aluno- material didático, a plataforma de ensino à distância foi concebida para desempenhar funções como a apresentação de materiais didáticos (livros electrónicos interactivos, livros electrónicos, áudio, vídeo, animação, perguntas, gráficos e textos), a partilha e discussão do material didático apresentado, a gestão de cursos, aulas em direto, avaliação eletrónica (teste em linha) e feedback. Foi concebido para cumprir funções como fornecer e organizar materiais de aprendizagem, manter registos das formações recebidas, acompanhar e receber relatórios relevantes.

Na execução do programa de formação, podem ser utilizadas abordagens de ensino presencial e misto. Nos casos em que ambos os métodos não possam ser aplicados, a formação pode ser prosseguida através do ensino assíncrono à distância.

O objetivo é adquirir e desenvolver valores como o cumprimento das regras, a responsabilidade, a sensibilidade, a exatidão e a honestidade, a moralidade e a cortesia através do conteúdo e das realizações do Programa do Curso de Formação em Marketing Digital (Blended Learning).

O conteúdo deste currículo está dividido em nove módulos. Foi criado num formato de auto-aprendizagem que os instrutores podem seguir ou os alunos podem facilmente aderir. Cada módulo começa com uma introdução, o conteúdo é apresentado de uma forma simples e fácil de compreender e, no final, há uma lista de sítios Web e recursos para os formandos estudarem por si próprios.

O programa é implementado em ambientes abertos e adequados à formação. Durante o programa, os formandos devem dispor das ferramentas, do equipamento e dos materiais de que necessitam para ensinar o conteúdo do programa. Deve ser fornecido equipamento e devem ser utilizadas ferramentas de ensino assistido por computador (diapositivos, projectores, quadros inteligentes, plataformas em linha) sempre que necessário.

Os indivíduos devem ser encorajados a participar em actividades de auto-aprendizagem fora do curso para reforçar o que aprenderam.

No final do programa, são aplicados exames para avaliar os conhecimentos adquiridos. Os que forem aprovados no exame no final do programa do curso receberão um certificado.



9. CONTEÚDO E DURAÇÃO DO PROGRAMA

A duração do programa do curso é de 32 horas-aula no total, com um máximo de 4 horas-aula por dia.

A distribuição da duração de acordo com os módulos é apresentada no quadro seguinte:

Módulos	Duração (Horas)
1. Gestão e marketing digital	3
2. Marketing de Conteúdos	3
3. Internet e CRM Social	3
4. Análise e Reporte de Dados	3
5. Anúncios e Campanhas Digitais	4
6. Marketplace e e-commerce	4
7. Cooperação agronegócio	3
8. Segurança Cibernética Pessoal	4
9. Privacidade e Segurança no Marketing Digital	5
TOTAL	32

10. INSTRUMENTOS PEDAGÓGICOS A UTILIZAR NA EXECUÇÃO DO PROGRAMA

As seguintes ferramentas, programas e equipamentos podem ser utilizados no processo de implementação do programa;

1. Currículo "Marketing digital seguro para empresários agrícolas"
2. Livros de referência, materiais de aprendizagem individuais, materiais de aprendizagem em linha, livros electrónicos, recursos visuais e livros de referência, notas de aula preparadas por instrutores podem ser utilizadas.
3. Equipamento informático: computadores, smartphones, tablets, projectores, quadros inteligentes, etc.
4. materiais didácticos preparados e/ou salas de aula virtuais.
5. O livro "Marketing Digital Seguro para Empreendedores Agrícolas"-
https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1HdeU_fK6G8wl30SLUfZ2uTY5WKTZvCqm
6. Plataforma de formação "Marketing Digital Seguro para Empresários Agrícolas" - <https://digiagrimark.net>
7. Ficheiros de vídeo: Canal do Digiagrimark no Youtube -
(https://www.youtube.com/playlist?list=PLjIVOuWY_H6o3Y4yg1z1_I4bKwRJIaJoH) e ficheiros de vídeo noutras plataformas
8. Wikis, sítios Web e bibliografia recomendados
9. Apresentações em PowerPoint
10. Estudos de caso e histórias de sucesso



11. PRINCÍPIOS DE MEDIÇÃO E AVALIAÇÃO

O processo de avaliação é uma componente importante do sistema de aprendizagem.

No final de cada módulo, serão efectuados testes para determinar o nível de compreensão dos temas pelos alunos. Estes testes consistem em perguntas de escolha múltipla.

No final do processo de formação/aprendizagem, o nível de sucesso dos indivíduos será determinado de acordo com os seguintes princípios:

- Ao determinar o sucesso, o sucesso nos resultados da aprendizagem é avaliado de forma holística.
- As actividades de medição e avaliação devem ser compatíveis com os objectivos e os resultados do curso.
- A avaliação baseia-se em provas escritas, orais, práticas ou, se aplicável, em trabalhos de casa ou projectos.
- No ensino misto, é efectuada uma avaliação constituída por perguntas de escolha múltipla.
- A nota ou classificação da disciplina testada por mais do que um tipo de exame é determinado pela média aritmética desses exames. Esta pontuação ou nota é aceite como a pontuação ou nota de sucesso da disciplina.
- A nota de avaliação é de 100 e a nota de aproveitamento deve ser de, pelo menos, 50 em 100.
- Os formandos terão dois direitos para efetuar o exame.

12. CERTIFICAÇÃO

Para obter o certificado, é necessário completar 32 horas de curso de formação e obter pelo menos 50 pontos no exame.

13. RESULTADOS DO CURSO

Benefícios do Curso "Marketing Digital e Segurança Digital para Empresários Agrícolas:

1. Interpreta a importância do marketing digital num mundo em mudança.
2. Desenvolve conteúdos de marketing digital.
3. Analisa campanhas nas redes sociais.
4. Gere as relações com os clientes no âmbito do marketing digital.
5. Desenvolve métodos de marketing digital.
6. Utiliza ferramentas de marketing digital.
7. Aplica princípios de segurança digital em ambientes virtuais.
8. Sensibilizar-se para as questões do marketing digital e da segurança digital.



14.12.MÓDULOS

14.1. MÓDULO 1 – GESTÃO E MARKETING DIGITAL

14.1.1. Introdução

A gestão de marketing consiste em encontrar oportunidades lucrativas para o negócio, satisfazendo os clientes. Neste sentido, o marketing é orientado para o consumidor, uma vez que o gestor de marketing tem de descobrir os serviços que satisfazem as necessidades e expectativas dos consumidores.

Mais especificamente, o marketing digital (também conhecido como marketing online), é a promoção de produtos para se conectar com potenciais clientes usando a internet e outras formas de comunicação digital, como redes sociais ou e-mail.

Neste módulo, será aprendido como os AGRICULTORES podem criar e partilhar conteúdos valiosos e estáveis de forma a atrair e manter clientes direcionados, proporcionando uma relação consistente e fiável entre empreendedor e público-alvo. Por isso, serão explicados os aspetos fundamentais necessários para atingir os objetivos da empresa.

14.1.2. Objectivos, resultados da aprendizagem e conteúdo do Módulo 1

MÓDULO 1	GESTÃO E MARKETING DIGITAL
Objectivos e resultados esperados	<p>Hoje em dia, o marketing digital é extremamente importante, uma vez que ajuda a focar-se num público-alvo com um alcance global, ao contrário do marketing tradicional: é liderado por conversão e pode ser facilmente monitorizado.</p> <p>Por isso, este módulo fornecerá os conhecimentos e competências básicos necessários para o desenvolvimento correto da atividade empresarial online e para a gestão das redes sociais em diferentes áreas. Este módulo também irá fornecer aos participantes o conhecimento que os ajudará a integrar as TIC nas suas áreas de trabalho e melhorar a sua eficácia online.</p>
Palavras-chave	Redes sociais, publicidade, marketing digital, gestão digital
Sugestões metodológicas	<p>A capacidade de utilizar um computador/smartphone beneficiará a aquisição do marketing digital.</p> <p>A pesquisa em sítios Web relacionados, plataformas de redes sociais e fontes de informação facilitará a aprendizagem.</p> <p>A informação será reforçada com o teste de realização a ser aplicado.</p>



Ferramentas e recursos	Computador/Laptop/Tablet/Smartphone Ligação à Internet Dispositivo de projeção Leitor Acrobat Programas de reprodução de vídeo, etc.
-------------------------------	--

RESULTADOS DE APRENDIZAGEM

RESULTADOS A ATINGIR	CONHECIMENTO	CAPACIDADES	COMPETÊNCIAS	DURAÇÃO (HORAS)
Interpretar gestão, marketing digital e ferramentas relacionadas.	-Definir o conceito de Marketing e os seus fundamentos. -Explicar os fundamentos do Marketing, Gestão e Marketing Digital. -Diferenciar o Marketing e o Marketing Digital. -Identificar os benefícios do Marketing Digital. -Indicar os recursos ou ferramentas a aplicar ao Marketing Digital.	-Distinguir o procedimento de marketing e marketing digital. -Ilustrar as ferramentas de marketing digital	- Reconhecer a forma inovadora de marketing.	3

Conteúdo do Módulo:

1. O que é o marketing digital?
2. Evolução do termo Marketing Digital
3. Características principais - A diferença entre marketing e marketing digital
 - 3.1. Baixo custo
 - 3.2 Segmentação abrangente
 - 3.3 Integração do consumidor
 - 3.4. Resultados imediatos
 - 3.5 Branding
4. Elementos básicos do marketing (digital)
 - 4.1 Otimização para motores de busca (SEO) e marketing para motores de busca (SEM)
 - 4.2 Marketing de conteúdos
 - 4.3 Redes sociais
 - 4.4 E-mail Marketing

4.5 Análise de marketing

5. Ferramentas de marketing digital

5.1 Ferramentas SEM

5.2 Ferramentas de conteúdo

5.3 Ferramentas de redes sociais

5.4 Ferramentas de correio eletrónico

5.5 Ferramentas de análise

6. Tendências do marketing digital

6.1 Automatização inteligente

6.2 Experiência do utilizador

6.3 Marketing de vídeo

6.4 Processamento de linguagem natural (NLP - Natural Language Processing)

7. Plano de marketing digital

7.1 O que é um plano de marketing digital?

7.2 Planeamento

7.3 Execução

7.4 Controlo



14.1.3. Recursos úteis para o Módulo 1

14.1.3. Recursos úteis para o Módulo 1	
Fontes de informação	<ul style="list-style-type: none"> ● https://instagantt.com/project-management/what-is-marketing-management ● https://www.marketo.com/digital-marketing/ ● https://blog.hubspot.com/marketing/what-is-digital-marketing ● https://www.investopedia.com/terms/d/digital-marketing.asp ● https://www.digitalmarketer.com/digital-marketing/ ● https://www.snhu.edu/about-us/newsroom/business/types-of-digital-marketing ● https://www.ama.org/pages/what-is-digital-marketing/ ● https://www.sas.com/en_us/insights/marketing/digital-marketing.html
Websites	<ul style="list-style-type: none"> ● https://www.i-scoop.eu/digital-transformation/digital-transformation-and-information-management-enabling-change/ ● https://www.griddigitalmarketing.com/ ● https://www.digitalmarketing.com/ ● https://marketbusinessnews.com/financial-glossary/digital-marketing/ ● https://kajabi.com/blog/digital-marketing ● https://iide.co/blog/top-digital-marketing-examples/ ● https://www.equinetacademy.com/what-is-digital-marketing/ ● https://azbigmedia.com/business/7-examples-of-digital-marketing-you-should-know/ ● https://www.webfx.com/blog/marketing/7-digital-marketing-examples-to-inspire-your-campaigns/
Vídeos do YouTube	<ul style="list-style-type: none"> ● https://www.youtube.com/watch?v=bixR-KIJKYM ● https://www.youtube.com/watch?v=wZZnxXyES80 ● https://www.youtube.com/watch?v=h95cQkEWBx0 ● https://www.youtube.com/watch?v=nMzp1yfflco ● https://www.youtube.com/watch?v=KnfJUpwF1Gk ● https://www.youtube.com/watch?v=SbJnXHfDJPg ● https://www.youtube.com/watch?v=4imowpDWrDg ● https://www.youtube.com/watch?v=gq_BRyRpe9U ● https://www.youtube.com/watch?v=d0uZF2r0er8 ● https://www.youtube.com/watch?v=sXuONVbhZzs

14.1.4. Contribuição dos Resultados da Aprendizagem do Módulo 1 para os Resultados do Programa

Resultados de Aprendizagem - Matriz de Resultados do Programa:

(1: Muito baixo, 2: Baixo, 3: Médio, 4: Alto, 5: Muito Alto)

	Resultado do Programa 1 <i>"Interpreta a importância do marketing digital no mundo em mudança."</i>	Resultado do Programa 2 <i>"Desenvolve conteúdo de marketing digital".</i>	Resultado do Programa 3 <i>"Analisa campanhas nas redes sociais".</i>	Resultado do Programa 4 <i>"Gere as relações com os clientes no marketing digital."</i>	Resultado do Programa 5 <i>"Desenvolve um método de marketing digital."</i>	Resultado do Programa 6 <i>"Utiliza ferramentas de marketing digital".</i>	Resultado do Programa 7 <i>"Aplica princípios de segurança digital em ambientes virtuais."</i>
<i>Defina o conceito de Marketing e os seus fundamentos.</i>	2	2	2	2	2	2	2
<i>-Explicar os fundamentos do Marketing, Gestão e Marketing Digital.</i>	2	2	2	2	2	2	2
<i>-Diferenciar o Marketing e o Marketing Digital.</i>	3	2	1	1	1	1	1
<i>-Identificar os benefícios do Marketing Digital.</i>	3	2	1	1	1	1	1
<i>-Indicar os recursos ou ferramentas a aplicar ao Marketing Digital.</i>	2	1	1	1	1	3	1



14.2. MÓDULO 2 - MARKETING DE CONTEÚDOS

14.2.1. Introdução

O marketing de conteúdos é uma forma de marketing baseada na criação de conteúdos valiosos e estáveis para públicos direcionados e na partilha deste conteúdo através de ferramentas e plataformas online.

O marketing de conteúdos, que tem um lugar muito sólido no mundo do marketing digital, está a ganhar mais importância dia após dia. Apresentações de anúncios clássicos já não afetam as pessoas tanto como antes; o público ignora os anúncios monótonos clássicos. A necessidade decorrente disto revelou o conceito de Marketing de Conteúdo. O conteúdo é todo o conjunto dos estudos destinados a influenciar o público-alvo determinado com determinados métodos.

Ao criar conteúdo regular e de qualidade, materiais eficazes e valiosos são apresentados ao público especificado de acordo com os tópicos de interesse e necessidade. O objetivo do conteúdo é atrair e manter um público-alvo e uma ação benéfica sustentável do cliente. Assim, é assegurado que os grupos-alvo se tornem clientes. Estes materiais podem estar em vários formatos, como vídeo, e-mail, redes sociais, blog, artigo, e-book. No âmbito da alteração da compreensão do marketing digital, podem ser acrescentados diferentes métodos a estes métodos. O Marketing de Conteúdo Digital substitui a comunicação individual da pessoa e proporciona interação com o público-alvo. Proporciona uma relação consistente e fiável/confiável entre o empreendedor e o público-alvo. Neste módulo, o participante irá aprender o que é marketing de conteúdo, como determinar o público-alvo, planear o marketing de conteúdos, desenvolver uma estratégia e definir os passos.

14.2.2. Objectivos, resultados da aprendizagem e conteúdo do módulo 2

MÓDULO 2	MARKETING DE CONTEÚDOS
Objectivos e resultados esperados	<p>O principal objetivo deste módulo é desenvolver a consciência, competências e competências dos agroempreendedores no conceito de marketing de conteúdos.</p> <p>Neste módulo, os alunos (como produtores, produtores que adotam a abordagem tradicional de marketing) terão conhecimentos e competências de marketing de conteúdos, que se baseia na produção de conteúdos para o público-alvo determinado através de várias plataformas online como uma estratégia de marketing alternativa.</p> <p>Os AGRICULTORES ganharão a capacidade de definir o público-alvo, gerar conteúdo para marketing dos seus produtos e partilhar este conteúdo nas plataformas online, bem como aprender definições básicas, importância e benefícios do marketing de conteúdos.</p> <p>Após a conclusão deste módulo, espera-se que os agroempreendedores possam desenvolver uma estratégia de marketing de conteúdos e aplicar passos de marketing de conteúdo nas suas atividades, para além das suas principais profissões que são a agricultura e a produção.</p>
Palavras-chave	conteúdo, marketing, marketing de conteúdos, marketing digital, marketing de redes social
Sugestões metodológicas	<p>A capacidade de utilizar um computador/smartphone beneficiará a aquisição do marketing digital.</p> <p>A pesquisa de sítios Web, plataformas de redes sociais e fontes de informação</p>

	<p>relevantes facilitará a aprendizagem.</p> <p>As actividades de auto-aprendizagem sobre vários recursos apoiarão o processo de ensino/aprendizagem.</p>
Ferramentas e recursos	<p>Computador/Laptop/Tablet/Smartphone</p> <p>Ligação à Internet</p> <p>Dispositivo de projecção</p> <p>Leitor Acrobat</p> <p>Programas de reprodução de vídeo, etc.</p>

RESULTADOS DE APRENDIZAGEM

RESULTADOS A ATINGIR	CONHECIMENTO	CAPACIDADES	COMPETÊNCIAS	DURAÇÃO (HORAS)
Desenvolver uma estratégia de marketing de conteúdo.	<ul style="list-style-type: none"> -Definir marketing de conteúdo. -Explicar os benefícios do marketing de conteúdos. -Reconhecer a importância dos conteúdos em termos de marketing digital. -Descreva os passos de marketing de conteúdo. -Explique como deve ser eficaz o conteúdo. - Rever os efeitos das actividades de marketing realizadas através das plataformas das redes sociais. 	<ul style="list-style-type: none"> -Comentar a eficácia do conteúdo produzido. - Gerar passos estratégicos sobre o público-alvo que pode comercializar os seus produtos e o conteúdo para a produção. -Partilhar conteúdo nas plataformas de redes sociais. 	Aplicar estratégia e processo de marketing de conteúdo em plataformas digitais/online	3

Conteúdo do Módulo:

1. O que é o marketing de conteúdos?
 - 1.1 Definições de marketing de conteúdos
 - 1.2 Objetivo do marketing de conteúdos
 - 1.3 História do Marketing de Conteúdos
 - 1.4 Tipos e canais de conteúdo no Marketing de Conteúdo
2. Vantagens e desvantagens do marketing de conteúdos
 - 2.1 Porque é que o marketing de conteúdos é importante?
 - 2.2 Vantagens do marketing de conteúdos
 - 2.3 Desvantagens do marketing de conteúdos
3. Estratégia de marketing de conteúdos

- 3.1 Definição da missão e dos objectivos
- 3.2 Determinação do público-alvo
- 3.3 Comunicação
- 3.4 Criação de conteúdos
- 3.5 Seleção dos canais de marketing de conteúdos
- 3.6 Calendário de marketing de conteúdos
- 3.7 Medição da eficiência/eficácia



14.2.3. Recursos úteis para o Módulo 2

14.2.3. Recursos úteis para o Módulo 2	
Fontes de informação	<ul style="list-style-type: none"> • Understanding digital content marketing- https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1362/026725708X325977 • https://heinonline.org/HOL/LandingPage?handle=hein.journals/ijsoctu4&div=75&id=&page= • Content Marketing Strategy. Definition, Objectives and Tactics- https://marketing.expertjournals.com/23446773-511/ • To analyse Consumer Satisfaction level in Digital Content Marketing with emphasis on shopping websites. - https://events.rdias.ac.in/wp-content/uploads/2021/06/2.-To-analyze-Consumer-Satisfaction-level-in-Digital-Content-Marketing-with-emphasis-on-shopping-websites.pdf • Improving Content Marketing Processes with the Approaches by Artificial Intelligence- https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=585926 • Content Marketing Decisions for Effective Internal Communication- https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=692079
Websites	<ul style="list-style-type: none"> • https://www.tutorialspoint.com/digital_marketing/digital_marketing_content.htm • https://www.excelr.com/importance-of-content-in-digital-marketing • https://www.webfx.com/digital-marketing/learn/how-important-is-content-to-a-digital-marketing-strategy/ • https://www.demandjump.com/blog/what-is-content-marketing-in-digital-marketing • https://www.digitalmarketer.com/digital-marketing/content-marketing-strategy/ • https://www.brafton.com/content-marketing/ • https://www.brightdesign.co.uk/digital-marketing-vs-content-marketing/ • https://visme.co/blog/content-marketing-tips/ • https://digitalmarketinginstitute.com/blog/5-essential-tips-for-a-successful-content-marketing-strategy • https://contentmarketinginstitute.com/what-is-content-marketing/ • https://assetdigitalcom.com/content-marketing-important/ • https://neilpatel.com/what-is-content-marketing/

Vídeos do YouTube	<ul style="list-style-type: none">• Content Marketing For Beginners: Complete Guide https://www.youtube.com/watch?v=0R_3iarc8IA• What is Content Marketing? https://www.youtube.com/watch?v=WQmvJVKOWXM• Content Marketing Strategy in 7 Minutes https://www.youtube.com/watch?v=8-shSAxeKOO• Joe Pulizzi: Six Steps to Creating a Content Brand https://www.youtube.com/watch?v=4xcgf_1ZsNU&t=281s• Content Marketing Strategy Joe Pulizzi https://www.youtube.com/watch?v=0BaSjglvEf8&t=1s• What is Content Marketing in 2022? & How to Build Your Content Marketing Strategy https://www.youtube.com/watch?v=NurWsgwnSmE
--------------------------	--

14.2.4. Contribuição dos Resultados da Aprendizagem do Módulo 2 para os Resultados do Programa

Resultados de Aprendizagem - Matriz de Resultados do Programa:

(1: Muito baixo, 2: Baixo, 3: Médio, 4: Alto, 5: Muito Alto)

	Resultado do Programa 1 <i>"Interpreta a importância do marketing digital no mundo em mudança."</i>	Resultado do Programa 2 <i>"Desenvolve conteúdo de marketing digital".</i>	Resultado do Programa 3 <i>"Analisa campanhas nas redes sociais".</i>	Resultado do Programa 4 <i>"Gere as relações com os clientes no marketing digital."</i>	Resultado do Programa 5 <i>"Desenvolve um método de marketing digital."</i>	Resultado do Programa 6 <i>"Utiliza ferramentas de marketing digital".</i>	Resultado do Programa 7 <i>"Aplica princípios de segurança digital em ambientes virtuais."</i>
<i>Defina marketing de conteúdo.</i>	2	2	2			2	
<i>Explique os benefícios do marketing de conteúdos.</i>	2	2	2				
<i>Reconhecer a importância dos conteúdos em termos de marketing digital.</i>	2	2	2				
<i>Descreva os passos de marketing de conteúdo.</i>	2	3	2	4	4	4	
<i>Explique como deve ser eficaz o conteúdo.</i>	3	3	3		4	4	
<i>Reveja os efeitos das atividades de marketing realizadas através das plataformas de redes sociais.</i>	3	3	4		3		

14.3. MÓDULO 3. INTERNET VE SOSYAL CRM

14.3.1. Introdução

O Marketing Digital como estratégia de comunicação privilegiada entre o mercado e o consumidor implica a utilização de uma variedade de ferramentas digitais (redes sociais, email marketing e websites), essenciais para a venda de produtos e serviços. O módulo De Internet e CRM Social cobrirá diferentes conteúdos e ferramentas que permitem aos AGRICULTORES impulsionar um negócio ou marca no mundo digital.

14.3.2. Objectivos, resultados da aprendizagem e conteúdo do módulo 3

MÓDULO 3	INTERNET E CRM SOCIAL
Objectivos e resultados esperados	<p>O principal objetivo deste módulo é desenvolver competências e competências dos agroempreendedores sobre Internet e redes sociais em Marketing Digital.</p> <p>Neste módulo, os objetivos relativos ao design de páginas web são explorar como criar o layout do site, navegação, tamanho da fonte, cores, etc. detalhes e como os sites devem ser otimizados para motores de busca.</p> <p>No que diz respeito aos conteúdos das redes sociais, os objetivos são conhecer profundamente o processo de utilização ativa de canais como e-mails, websites, contas de redes sociais, fóruns de marketing, vendas e serviços ao cliente para alcançar os objetivos das agro-empresas.</p> <p>Além disso, espera-se que os agroempreendedores possam aumentar a eficiência dos seus processos, utilizando um E-CRM eficaz e melhorando as interações com os clientes. Espera-se que possam permitir às empresas personalizar produtos e serviços que atendam às necessidades individuais dos clientes.</p>
Palavras-chave	Internet, páginas web, e-mail, redes sociais, CRM, E-CRM
Sugestões metodológicas	<p>A capacidade de utilizar um computador/smartphone beneficiará a aquisição do marketing digital.</p> <p>A pesquisa de sítios Web, plataformas de redes sociais e fontes de informação relevantes facilitará a aprendizagem.</p> <p>É importante praticar.</p> <p>A informação será reforçada com o teste de realização a ser aplicado.</p>
Ferramentas e recursos	<p>Computador/Laptop/Tablet/Smartphone</p> <p>Ligação à Internet</p> <p>Dispositivo de projeção</p> <p>Leitor Acrobat</p> <p>Programas de reprodução de vídeo, etc.</p>

RESULTADOS DE APRENDIZAGEM				
RESULTADOS A ATINGIR	CONHECIMENTO	CAPACIDADES	COMPETÊNCIAS	DURAÇÃO (HORAS)
<p>-Desenvolver um website, planejando o seu conteúdo, estrutura e layout</p> <p>-Lançar uma campanha de e-mail e promoção das redes sociais para o modelo de negócio, utilizando a E-CRM</p>	<p>-Explique os fundamentos do web design.</p> <p>-Distinguir a melhor localização possível nas listas de motores de busca</p> <p>-Explique sobre os métodos para aumentar a eficácia das contas das redes sociais</p> <p>- Discuta sobre a CRM e os seus benefícios.</p>	<p>-Adicionar cor, fundos, gráficos e tabelas ao seu site</p> <p>-Utilizar uma conta de e-mail de forma eficiente</p> <p>-Estabelecer contas nas redes sociais</p> <p>- Utilizar métodos para aumentar a eficácia das contas das redes sociais</p> <p>- Rever a eficácia de um website de promoção de produtos.</p>	<p>- Criar o seu próprio site para o seu negócio.</p> <p>- Utilizar ferramentas e tecnologias de informação, como o e-mail e as redes sociais, para aumentar o seu negócio.</p> <p>- Melhorar as interações com os clientes e permitir às empresas personalizar produtos e serviços através de um E-CRM.</p>	3
<p>Conteúdo do Módulo:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Criar um sítio Web para a sua empresa <ol style="list-style-type: none"> 1.1 Noções básicas de Web Design 1.2 Lançamento do seu sítio Web 1.3 Adicionar conteúdo ao seu sítio Web - texto, imagens e gráficos 1.4 Alterar a cor do fundo do sítio 1.5 Adicionar um menu de navegação a um site 1.6 Adicionando caixas para conteúdo 1.7 Adicionando tabelas para conteúdo 1.8 Adição de ligações 1.9 Listagem e otimização para motores de busca 2. Utilização eficiente do correio eletrónico <ol style="list-style-type: none"> 2.1 Criar uma conta Gmail 2.2 Enviar correio eletrónico 2.3 Gerir contactos de e-mail 3. Criar contas nas redes sociais <ol style="list-style-type: none"> 3.1 O que são as redes sociais? 3.2 Facebook 				

3.3. Instagram

3.4 Twitter

3.5 Aumentar a eficácia das contas nas redes sociais

4. Gestão das relações com os clientes (CRM)

4.1 O que é uma ferramenta de gestão das relações com os clientes (CRM)?

4.2 Vantagens da utilização do CRM

4.3 Gestão de contactos e de uma campanha multi-canal

14.3.3. Recursos úteis para o Módulo 3

14.3.3. Recursos úteis para o Módulo 3	
Fontes de informação	<ul style="list-style-type: none"> ● Yücel, N. - Müşteri İlişkileri Yönetimi'nde Yeni Bir Anlayış: Sosyal Müşteri İlişkileri Yönetimi, International Journal of Social Science, Volume 6 Issue 1, p. 1641-1656, January 2013. ● Çabuk, S., Südaş, H. D., Kaya, K. L. - Sosyal Medya Müşteri İlişkileri Yönetimi Faaliyetlerini Etkileyen Faktörlerin İncelenmesi, Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt 28, Sayı 1, 2019, Sayfa 206-221. ● Karadeniz, M., Gözüyükarı, M., - Sosyal CRM Uygulayan Şirketler Tarafından Sunulan Hizmet Kalitesinin Müşteri Memnuniyeti Üzerine Etkisi, Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi • Cilt 11, Sayı 44, Temmuz 2015, ISSN 1300-0845, ss. 239-256. ● Kunt, S., & Hassan, A. (2021). Müşteri İlişkileri Yönetiminin Evrimi: İnsanlar, Süreç ve Teknoloji. Sosyal, Beşeri Ve İdari Bilimler Dergisi, 2(2), 91–103 ● Blokdyk, G. - Electronic Customer Relationship Management E-CRM A Complete Guide, 5STARCOOKS, 2019. ISBN-13: 978-0655547242. ● Fjermestad J. and Robertson Jr. N. - Electronic Customer Relationship Management, 1st edition, Routledge 2016. ISBN 9781138692800. ● MacDonald, M. - Creating a Web Site: The Missing Manual, 2nd edition, O'Reilly, 2008. ISBN: 9780596520977.
Websites	<ul style="list-style-type: none"> ● https://www.inspark.com/kaynaklar/kilavuzlar/bolum-1-musteri-iliskileri-yonetimi-crm-nedir-crm-sistemi-neden-onemlidir/ ● https://www.uyumsoft.com/musteri-iliskileri-yonetimi-nedir ● https://www.oracle.com/tr/cx/what-is-crm/ ● https://bitrix24.globalnet.com.tr/musteri-iliskileri-yonetimi-crm-nedir/ ● https://unsman.com/musteri-iliskileri-yonetimi ● https://kobitek.com/e-crm--elektronik-musteri-iliskileri-yonetimi--nedir ● http://www.wix.com/ ● https://createaprowebsite.com/ ● https://www.odoo.com/ ● https://university.duda.co/page/fundamentals-of-web-design ● https://www.papirfly.com/knowledge-hub/marketing/social-media ● https://www.usf.edu/ucm/marketing/intro-social-media.aspx ● https://courses.lumenlearning.com/boundless-marketing/chapter/introduction-to-social-media-and-digital-marketing/

Vídeos do YouTube	<ul style="list-style-type: none">● https://www.youtube.com/watch?v=YWA-xbsJrVg● https://www.youtube.com/watch?v=bVqIV_hkV2Y● https://www.youtube.com/watch?v=3DOHT31Rrg0● https://www.youtube.com/watch?v=OerSO3bxZ3U● https://www.youtube.com/watch?v=k3jz4HJfJgE● https://www.youtube.com/watch?v=Z2_EcYV26PY● https://www.youtube.com/watch?v=7OFh7bP-ORY● https://pt.coursera.org/lecture/social-media-marketing-introduction/introduction-to-social-media-marketing-jjFhz● https://www.youtube.com/watch?v=4ImYsGTLydw● https://www.youtube.com/watch?v=ISMVaG-l17I● https://www.youtube.com/watch?v=CZ_oNQ31fXs
------------------------------	---

14.3.4. Contribuição dos Resultados da Aprendizagem do Módulo 3 para os Resultados do Programa

Resultados de Aprendizagem - Matriz de Resultados do Programa:

(1: Muito baixo, 2: Baixo, 3: Médio, 4: Alto, 5: Muito Alto)

	Resultado do Programa 1 <i>"Interpreta a importância do marketing digital no mundo em mudança."</i>	Resultado do Programa 2 <i>"Desenvolve conteúdo de marketing digital".</i>	Resultado do Programa 3 <i>"Analisa campanhas nas redes sociais".</i>	Resultado do Programa 4 <i>"Gere as relações com os clientes no marketing digital."</i>	Resultado do Programa 5 <i>"Desenvolve um método de marketing digital."</i>	Resultado do Programa 6 <i>"Utiliza ferramentas de marketing digital".</i>	Resultado do Programa 7 <i>"Aplica princípios de segurança digital em ambientes virtuais."</i>
<i>Explique os fundamentos do web design.</i>					2	3	
<i>Distinga a melhor localização possível nas listas de motores de busca</i>	2			4	4	2	
<i>Explique sobre os métodos para aumentar a eficácia das contas das redes sociais</i>			5	5	4	3	
<i>Discuta sobre a CRM e os seus benefícios.</i>	4			5	4	4	

14.4. MÓDULO 4 - ANÁLISE DE DADOS E REPORTE

14.4.1. Introdução

Quando se é investidor ou mesmo um empreendedor, precisa de saber no que se está a meter. Precisa de ter todos os dados para fazer o backup do seu objetivo ou visão para a empresa. Por esta razão, tens de fazer uma análise de marketing.

Verifica-se a rentabilidade. Se o mercado estiver a dar sinais de retorno do investimento, será encorajado a investir fortemente. Da mesma forma, se o mercado não for lucrativo, então hesitará em desperdiçar o seu tempo e recursos.

Tenta entender os clientes. Você tenta descobrir o que eles querem e tentar fornecer-lhes esse produto ou serviços exatos.

Tenta descobrir quem são os teus verdadeiros concorrentes. Certifique-se de calcular todos os riscos que possam surgir.

Por todas estas razões, a análise de dados de marketing é tão importante. Dá-te uma ideia do mercado em que estás prestes a envolver-te. Não só isto. A análise de dados de marketing também é importante para as pessoas que já estão a trabalhar no mercado. Para eles, faz um relatório geral sobre como a sua empresa se tem portado. Mostra quanto espaço há para melhorar.

14.4.2. Objectivos, resultados da aprendizagem e conteúdo do módulo 4

MÓDULO 4	ANÁLISE DE DADOS E RELATÓRIOS
Objectivos e resultados esperados	<p>A análise de dados de marketing é uma técnica em que o negócio irá pegar em toda a informação disponível sobre o mercado e criar um plano de marketing. É uma peça de atividade muito vital para qualquer tipo de negócio. Também mostra como se saiu bem no mercado usando as suas técnicas de marketing atuais. Mostra o progresso e os resultados do passado.</p> <p>A análise de dados de marketing também se centra em fatores externos e internos. Tem em conta os pontos fortes e fracos da empresa e a forma como se saem no mercado em que vai competir. A análise de dados de marketing recolhe informação de todos os canais de marketing e consolida-a numa visão comum de marketing.</p> <p>O principal objetivo deste módulo é reorganizar a estratégia de marketing de acordo com o relatório do Google Analytics.</p>
Palavras-chave	Big data, análise de dados, google analytics, marketing digital
Sugestões metodológicas	<p>A capacidade de utilizar um computador/smartphone beneficiará a aquisição do marketing digital.</p> <p>A pesquisa em sítios Web relacionados, plataformas de redes sociais e fontes de informação facilitará a aprendizagem.</p> <p>A informação será reforçada com o teste de realização a ser aplicado.</p>



Ferramentas e recursos	Computador/Laptop/Tablet/Smartphone Ligação à Internet Dispositivo de projeção Google Chrome Acrobat Reader Programas de reprodução de vídeo, etc.
-------------------------------	---

RESULTADOS DE APRENDIZAGEM

RESULTADOS A ATINGIR	CONHECIMENTO	CAPACIDADES	COMPETÊNCIAS	DURAÇÃO (HORAS)
Inferir as conclusões de marketing digital num relatório da Analytics.	<ul style="list-style-type: none"> -Explique como criar uma conta de análise do Google. -Explique o básico da análise do Google. -Interpretar os relatórios analíticos do Google. -Descrever como obter os dados do público-alvo. 	<ul style="list-style-type: none"> -Obtenha dados através da subscrição da Análise do Google. -Interpretar os relatórios do Google Analytics. 	-Reorganizar a estratégia de marketing de acordo com o relatório do Google Analytics.	3

Conteúdo do Módulo:

1. Noções básicas e utilização do Google Analytics
 - 1.1 Como funciona o Google Analytics?
 - 1.2 Configuração e gerenciamento de organização/conta/propriedade/visualização
 - 1.3 Termos básicos e definição de interface
2. Reconhecer o público-alvo
 - 2.1 Relatório de massas
 - 2.2 Ativação dos relatórios demográficos e de interesses
 - 2.3 Visão geral dos relatórios de audiência
 - 2.4 Visão geral dos relatórios de comportamento
 - 2.5 Criar um relatório de amostra
3. Determinação dos processos de campanhas publicitárias e de descontos
 - 3.1 Criar uma conta do Google Ads
 - 3.2 Preparar uma campanha de sucesso em 8 passos
 - 3.3 Escolher o tipo correto de campanha

14.4.3. Recursos úteis para o Módulo 4

14.4.3. Recursos úteis para o Módulo 4	
Fontes de informação	<ul style="list-style-type: none"> ● Kızıltan, H., Gönültaş, H., 2011. Bilişim Teknolojisinin Tarım Ürünlerinin Pazarlamasındaki Konum ve Önemi (E-Pazarlama), GOÜ, Ziraat Fakültesi Dergisi, 28 (1), 1-11. ● Koçer, S., Yılmaz, A., İnternet Reklamları Yapım Süreci: Google Reklamları Üzerine Bir İnceleme, Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Araştırma Dergisi, Volume, Issue 13, 10 - 37, 01.03.2019.Ledford J., Teixeira J., Tyler E. M., - Google Analytics Third Edition, 2010. ISBN 978-0-470-53128-0 ● Kelsey T., Lyon B., - Introduction to Google Analytics: A Guide for Absolute Beginners, 2017. ISBN 978-1-4842-2828-9 ● Phillips-Wren, G. & Hoskisson, A. (2015). An analytical journey towards big data. Journal of Decision Systems, 24(1), p. 87–102. ● Porter, M. E., & Heppelmann, J. E. (2014). How smart, connected products are transforming competition. Harvard Business Review, 92(11), 64-88. ● Richardson, C. (2017). 7 Great Benefits of Big Data in Marketing, https://www.smartdatacollective.com/benefits-big-data-in-marketing/ Retrieved: 31.03.2022 ● Sathi, A. (2014). Engaging customers using big data: how Marketing analytics are transforming business. Palgrave Macmillan, New York. ● https://analytics.google.com/analytics/web/provision/?pli=1#/provision ● https://tr.wikipedia.org/wiki/Google_Analytics
Websites	<ul style="list-style-type: none"> ● https://www.seocu.com/analytics-nedir ● https://www.optimisthub.com/5-basit-adimda-google-analytics-nasil-kurulur.html ● https://www.seobil.com/google-analytics-hakkinda-hersey/ ● https://cremicro.com/google-analytics-nedir-nasil-kullanilir/ ● https://moz.com/beginners-guide-to-google-analytics ● https://searchbusinessanalytics.techtarget.com/definition/Google-Analytics ● https://www.businessnewsdaily.com/6027-how-to-use-google-analytics.html ● https://blog.hootsuite.com/how-to-set-up-google-analytics/ ● https://blog.hubspot.com/marketing/google-analytics ● https://www.topfloortech.com/blog/the-6-most-important-reports-in-google-analytics/#gref ● https://www.shivarweb.com/2977/what-does-google-analytics-do/ ● https://kinsta.com/blog/how-to-use-google-analytics/ ● https://pestleanalysis.com/marketing-data-analysis/



Vídeos do YouTube

- <https://www.youtube.com/watch?v=W49ggT9KBs8>
- https://www.youtube.com/watch?v=LPCBPEZf7_c
- <https://www.youtube.com/watch?v=tpS1FEXZolE>
- https://www.youtube.com/watch?v=O1_VbX_MqiY
- <https://www.youtube.com/watch?v=LHCCUs09PQY>
- <https://www.youtube.com/watch?v=LjMvgkJQwrk>
- https://www.youtube.com/watch?v=rNCtgc8m_Ww
- <https://www.youtube.com/watch?v=RNzhuVfBiGk>
- <https://www.youtube.com/watch?v=2bnq2OW9II8>
- <https://www.youtube.com/watch?v=6sBsMt3vWgg>
- <https://www.youtube.com/watch?v=RhS85WQiBLU>
- <https://www.youtube.com/watch?v=ryoRnqaj5Ko>
- <https://www.youtube.com/watch?v=SaaDLcC0ahM>
- <https://www.youtube.com/watch?v=LrjjpgPcRWgY>
- https://www.youtube.com/watch?v=_pPTgnnrCPc
- <https://www.youtube.com/watch?v=u4QIVsNh2Q4>
- <https://www.youtube.com/watch?v=FVzJkB4IxEQ>
- <https://www.youtube.com/watch?v=e6ntvZDErQ4>
- <https://www.youtube.com/watch?v=Y7pRsuz0NzA>
- <https://www.youtube.com/watch?v=dtv2LHFD7h4>

14.4.4. Contribuição dos Resultados da Aprendizagem do Módulo 4 para os Resultados do Programa

Resultado da Aprendizagem – Matriz de Resultados do Programa:

(1: Muito baixo, 2: Baixo, 3: Médio, 4: Alto, 5: Muito Alto)

	Resultado do Programa 1 <i>"Interpreta a importância do marketing digital no mundo em mudança."</i>	Resultado do Programa 2 <i>"Desenvolve e conteúdo de marketing digital."</i>	Resultado do Programa 3 <i>"Analisa campanhas nas redes sociais".</i>	Resultado do Programa 4 <i>"Gere as relações com os clientes no marketing digital."</i>	Resultado do Programa 5 <i>"Desenvolve um método de marketing digital."</i>	Resultado do Programa 6 <i>"Utiliza ferramentas de marketing digital."</i>	Resultado do Programa 7 <i>"Aplica princípios de segurança digital em ambientes virtuais."</i>
<i>Explique como criar uma conta de análise do Google.</i>	2	2	5	4	3	1	
<i>Explique o básico da análise do Google.</i>	2	2	5	4	4	1	
<i>Interprete os relatórios analíticos do Google.</i>	2	2	5	5	5	1	
<i>Descreva como obter os dados do público-alvo.</i>	2	3	5	5	5	1	



14.5. MÓDULO 5 – ANÚNCIOS DIGITAIS E CAMPANHAS

14.5.1. Introdução

A publicidade digital é o processo de publicação de material promocional através de plataformas online como redes sociais, motores de busca, websites e qualquer outro programa que possa ser acedido digitalmente. Os consumidores estão a passar a maior parte do seu tempo na Internet, por isso a publicidade digital ajuda-o a levar o seu negócio diretamente para onde está o seu público. Neste módulo, aprender-se-á a planear uma campanha de publicidade digital, a desenvolver o seu quadro & estratégia, a determinar o público-alvo, a definir os passos, a entregar uma boa e eficaz campanha de publicidade digital e a medir o seu impacto.

- Definições, tipos e importância da campanha publicitária digital.
- Desenvolvimento de plano de conteúdo, enquadramento e estratégia.
- Oferecendo uma campanha de publicidade digital bem-sucedida e eficaz.

14.5.2. Objectivos, resultados da aprendizagem e conteúdo do módulo 5

MÓDULO 5	ANÚNCIOS DIGITAIS E CAMPANHAS
Objectivos e resultados esperados	<p>O principal objetivo deste módulo é desenvolver competências e competências dos agroempreendedores sobre a implementação de anúncios e campanhas bem-sucedidas no Marketing Digital. Neste módulo, os objetivos relativos às campanhas de publicidade digital são desenvolver o seu enquadramento & estratégia adequado, determinar o público-alvo, definir os passos, entregar uma boa e eficaz campanha de publicidade digital e aprender a medir o seu impacto. Além disso, espera-se que os AGRICULTORES possam aumentar a eficiência dos seus processos, utilizando serviços estratégicos de SEO e gestão de publicidade paga, e melhorando as interações com os clientes.</p> <p>Espera-se que a otimização do motor de busca (SEO) e a publicidade de pesquisa paga ofereçam benefícios bem estabelecidos para o desempenho do negócio a longo prazo e sejam estratégias comprovadas. Atendem igualmente bem às vendas de produtos agrícolas, às vendas por grosso de produtos, às exportações/importações e ao eCommerce.</p>
Palavras-chave	Marketing digital, anúncios digitais e campanhas, redes sociais, páginas web, Otimização do Motor de Busca (SEO), Publicidade de Pesquisa Paga
Sugestões metodológicas	<p>A utilização de computador/smartphone beneficiará a aquisição de marketing digital.</p> <p>A pesquisa em sítios Web relacionados, plataformas de redes sociais e fontes de informação facilitará a aprendizagem.</p> <p>A informação será reforçada com o teste de realização a ser aplicado.</p>



Ferramentas e recursos	Computador/Laptop/Tablet/Smartphone Ligação à Internet Dispositivo de projeção Leitor Acrobat Programas de reprodução de vídeo, etc.
-------------------------------	--

RESULTADOS DE APRENDIZAGEM

RESULTADOS A ATINGIR	CONHECIMENTO	CAPACIDADES	COMPETÊNCIAS	DURAÇÃO (HORAS)
Crie uma estratégia de anúncios digitais própria.	-Explicar a importância dos anúncios digitais. -Defina os tipos de anúncios digitais. -Identificar os canais digitais certos para anúncios digitais. -Determinar o público-alvo de anúncios e campanhas digitais. -Explicar os benefícios das campanhas digitais. -Discutir os problemas podem ocorrer durante as campanhas.	-Preparar uma campanha publicitária digital de sucesso -Entregar uma campanha de publicidade digital eficaz	-Organizar uma campanha de publicidade digital eficaz.	4

<p>Conteúdo do Módulo:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Comercialização agrícola <ol style="list-style-type: none"> 1.1 Definição e informações de base 1.2 Digitalização da Comercialização Agrícola 1.3 Vantagens da Digitalização 1.4 Potencial do Marketing Digital para o Agronegócio 2. O que são anúncios e campanhas digitais? <ol style="list-style-type: none"> 2.1 Definição de publicidade e campanhas digitais 2.2 Importância e vantagens da publicidade e das campanhas digitais 2.3 Tipos de Publicidade Digital e Campanhas 3. Quadro de estratégia de desenvolvimento de marketing digital <ol style="list-style-type: none"> 3.1 Principais rubricas da estratégia de desenvolvimento do marketing digital 3.2 Desafios no desenvolvimento e gestão de uma estratégia de marketing digital 4. Passos para a apresentação de anúncios e campanhas digitais eficazes

- 4.1 Permitir o acesso a dados primários
- 4.2 Otimização das despesas de publicidade
- 4.3 Ampliação dos dados

14.5.3. Recursos úteis para o Módulo 5

14.5.3. Recursos úteis para o Módulo 5	
Fontes de informação	<ul style="list-style-type: none"> ● Digital Marketing for Agriculture Sectors ● What Is Digital Advertising? (Your Digital Ad Handbook) (webfx.com) ● What Is Digital Advertising? (Your Digital Ad Handbook) (sparcmedia.com) ● 6 Best Benefits of Digital Marketing (& Online Advertising) (webfx.com) ● What Makes A Digital Marketing Campaign Successful? - Business 2 Community ● 5 Key Tips to Creating a Successful Advertising Campaign (academyart.edu) ● Essential Roles for a Successful Digital Marketing Team Outbrain ● Deliver Successful Digital Advertising Campaigns Unit Salesforce
Websites	<ul style="list-style-type: none"> ● 5 Best Digital Marketing Campaigns To Inspire You In 2021 - Mediatool ● Top 7 Best Marketing Campaigns [2022 Edition] (simplilearn.com) ● Digital Advertising Strategy – The Ultimate Guide to Digital Marketing DigitalMarketer ● What Makes an Ad Campaign a Success? - BrandOnWheelz ● 9 Characteristics of An Effective Advertising Campaign (marketingeyeatlanta.com) ● What Can Make A PPC Advertising Campaign Successful? - O3 Digital ● How to Measure Digital Advertising Campaign Effectiveness (postclick.com) ● How to Create a Successful Digital Marketing Campaign Strategy (exposureninja.com) ● 6 Best Online Advertising Strategies for Businesses in 2021 (webfx.com) ● Best Digital Marketing Agency Ad Campaigns For Your Inspiration (digitalagencynetwork.com)
Vídeos do YouTube	<ul style="list-style-type: none"> ● Top 30 Best Digital Marketing Campaigns 2021 - YouTube ● Farm Marketer - Digital Advertising Campaigns - YouTube ● 2020 Mayer Farm Equipment Ad Campaign - YouTube ● How to Do Digital Marketing for Agriculture in 2021? - YouTube ● SEO For Beginners: A Basic Search Engine Optimization Tutorial for Higher Google Rankings - YouTube ● Core Concepts of Paid Search Marketing - John Gagnon - YouTube ● Building Brand - The Power of Social Media: Daryl D'Souza at TEDxRyersonU - YouTube

14.5.4. Contribuição dos Resultados da Aprendizagem do Módulo 4 para os Resultados do Programa

Resultado da Aprendizagem – Matriz de Resultados do Programa:

(1: Muito baixo, 2: Baixo, 3: Médio, 4: Alto, 5: Muito Alto)

	Resultado do Programa 1 <i>"Interpreta a importância do marketing digital no mundo em mudança."</i>	Resultado do Programa 2 <i>"Desenvolve conteúdo de marketing digital"</i>	Resultado do Programa 3 <i>"Analisa campanhas nas redes sociais"</i>	Resultado do Programa 4 <i>"Gere as relações com os clientes no marketing digital."</i>	Resultado do Programa 5 <i>"Desenvolve um método de marketing digital."</i>	Resultado do Programa 6 <i>"Utiliza ferramentas de marketing digital"</i>	Resultado do Programa 7 <i>"Aplica princípios de segurança digital em ambientes virtuais."</i>
<i>Explique a importância dos anúncios digitais.</i>	2	2	5	3	2	4	
<i>Defina os tipos de anúncios digitais.</i>	1	2	5	3	4	4	
<i>Identifique os canais digitais certos para anúncios digitais.</i>	1	2	5	4	5	5	
<i>Determine o público-alvo para anúncios e campanhas digitais.</i>	1	4	5	4	5	5	
<i>Explique os benefícios das campanhas digitais.</i>	1	4	5	3	5	4	
<i>Discutir os problemas que podem ocorrer durante as campanhas.</i>	1	4	5	3	5	4	

14.6. MÓDULO 6 - MARKETPLACE E E-COMMERCE

14.6.1. Introdução

O comércio eletrónico é uma oportunidade para os agroempreendedores se estabelecerem num mercado cada vez mais sujeito a intermediação, reduzindo assim as ineficiências, potenciando o acesso a novos mercados e acrescentando transparência à cadeia de valor.

A internet permitiu uma maior visibilidade na cadeia global de fornecimento, uma vez que os compradores e vendedores estão muito mais próximos e mais facilmente conectados. Hoje, a maioria das viagens de clientes na compra de produtos nestes segmentos começam online através de motores de pesquisa, recomendações de redes sociais, comentários online ou anúncios digitais. O sector agrícola é um dos poucos sectores restantes em que o comércio eletrónico ainda não teve um impacto significativo.

O módulo permitirá aos alunos adquirir competências básicas e conhecimentos na área do mercado e do e-commerce. O curso permitirá aos alunos ter uma visão geral das plataformas existentes e da oferta online; procedimentos e estratégias já em vigor. Serão ilustrados diferentes tipos e características das plataformas existentes, vantagens e desvantagens, juntamente com pagamentos online e procedimentos logísticos.

14.6.2. Conteúdo do Módulo 6 e Dicas para os Alunos e Os Formadores

MÓDULO 6	MARKETPLACE E E-COMMERCE
Objectivos e resultados esperados	<p>O principal objetivo deste módulo é desenvolver competências e competências dos agroempreendedores sobre marketplace e e-commerce.</p> <p>O módulo visa formar produtores que utilizem canais convencionais de comunicação e vendas "offline" nas opções online simultâneas.</p> <p>Um conhecimento básico do sector permitirá ao grupo-alvo orientar-se e avaliar as possibilidades que melhor se adequam ao seu contexto de negócio e produção, bem como ao seu mercado-alvo.</p> <p>No final do módulo, o aluno poderá desenvolver uma estratégia básica de mercado nas plataformas existentes, aplicada às suas atividades existentes.</p>
Palavras-chave	Mercado; e-commerce; plataformas; pagamentos; logística
Sugestões metodológicas	<p>O processo de aprendizagem basear-se-á no auto-estudo apoiado na prática e na análise de estudos de casos actuais.</p> <p>Isto permitirá a aquisição de competências mais práticas.</p>
Ferramentas e recursos	<p>Computador/Laptop/Tablet/Smartphone</p> <p>Ligação à Internet</p> <p>Dispositivo de projeção</p> <p>Leitor Acrobat</p> <p>Programas de reprodução de vídeo, etc.</p>

RESULTADOS DE APRENDIZAGEM				
RESULTADOS A ATINGIR	CONHECIMENTO	CAPACIDADES	COMPETÊNCIAS	DURAÇÃO (HORAS)
-Definir o roteiro para o processo de e-commerce	-Identificar plataformas de e-commerce e as suas características. -Explicar as novas tendências no e-commerce -Delinear os requisitos legais do e-commerce. -Descrever métodos de pagamento e logística no e-Commerce. -Explique os procedimentos necessários para a venda a partir de um site de mercado.	- Criar uma conta de vendedor num site de mercado. -Discutir as diferenças dos sites de marketplace -Comparar diferentes modelos e processos de venda	-O Aprendiz está pronto para -Aplicar o processo de mercado na sua atividade existente	4
<p>Conteúdo do Módulo:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Introdução às plataformas de mercado e de comércio eletrónico <ol style="list-style-type: none"> 1.1 Mercado em linha 1.2 Diferenças entre mercado e comércio eletrónico 1.3 Descrição, espécies, características 2. Comércio eletrónico <ol style="list-style-type: none"> 2.1 Definição de comércio eletrónico 2.2 Modelos de comércio eletrónico 2.3 Principais plataformas de comércio eletrónico e suas características 2.4 Requisitos legais na União Europeia 3. Estratégia de comércio eletrónico <ol style="list-style-type: none"> 3.1 Como iniciar um comércio eletrónico? 3.2 Elementos básicos do comércio eletrónico 4. Pagamentos em linha <ol style="list-style-type: none"> 4.1 Métodos e ferramentas 5. Tendências 				

14.6.3. Recursos úteis para o Módulo 6

14.6.3. Recursos úteis para o Módulo 6	
Fontes de informação	<ul style="list-style-type: none"> ● Analysis of e-Commerce Characteristics Based on Edge Algorithm and COX Model ● E-commerce: Wikiversity ● 16 Chapter 16: E-Business and E-Commerce: The Difference ● 112 Trends in E-Commerce ● Ecommerce Marketing Strategies and Online Shop Services ● Electronic commerce: the strategic perspective ● E-commerce strategy – Qin Z. ; Chang Y. ● Strategy for Information Markets/e-Commerce ● Using Online Payment Services ● A Study on Various Methods of Payment in Online Transaction
Websites	<ul style="list-style-type: none"> ● E commerce: definitions, examples, benefits, disadvantages ● 10 differences between Marketplace and E-commerce you should know (kreezalid.com) ● Ecommerce vs Marketplace - Own Website or Selling Platform? What is better? ASPER BROTHERS ● What is e-commerce? Examples, Benefits, Stats, Strategies (the-future-of-commerce.com) ● What Is Ecommerce? Beginners Guide for 2021 (oberlo.com) ● Ecommerce Definition - What is Ecommerce (shopify.com) ● All About E-Commerce: Pros and Cons of E-Commerce ● 20 ecommerce advantages and disadvantages you need to know ● 19 major advantages and disadvantages of ecommerce over traditional retail ● The eCommerce Process — How eCommerce Works and How You Can Do It Too ● The 3 most important processes for ecommerce success ● E-commerce planning process ● 10 Best Ecommerce Platforms Compared & Rated For 2022 (ecommerceceo.com) ● E-commerce – payment and logistic process ● Modern Ecommerce Logistics: How 2-Day Shipping Became Possible (shipbob.com) ● Ecommerce payment processing: Everything you should know (magenest.com) ● Ecommerce Payment Processing 101 (2021) (bigcommerce.com) ● Beginners’ guide to eCommerce payment processing ● How to start e-commerce ● How to Start an E-Commerce Business: A Step-by-Step Guide ● How to Start an Ecommerce Business: Guide for 2022 - Shopify



	<ul style="list-style-type: none"> ● How To Start an Ecommerce Business From Scratch - 2022 [Free Guide] (ecommerceceo.com) ● 9 eCommerce Case Studies to Inspire You in 2021 Bloomreach ● 7 Best eCommerce Case Studies to Learn From in 2021 ● 7 E-Commerce Case Studies Every Marketer Can Learn From ● The Best Ecommerce Case Studies (63+ Success Examples) (referralcandy.com)
Videos do YouTube	<ul style="list-style-type: none"> ● What is the marketplace? https://www.youtube.com/watch?v=LDkRqZtSk6E&ab_channel=MBNVideos ● What is an Ecommerce Marketplace? https://www.youtube.com/watch?v=DkU6tnOeJ-E&ab_channel=webnexs ● What is eCommerce? - YouTube ● How online marketplaces can help local economies, not hurt them Amane Dannouni ● Innovation in a crowded marketplace John Devlin TEDxTysons ● https://www.youtube.com/watch?v=hE001FQYDDs&ab_channel=TEDxTalks ● Best e-commerce platforms 2021 ● https://www.youtube.com/watch?v=EMCb8A5_D2o&ab_channel=SantrrelMedia ● The future of shopping: what's in store? The Economist ● https://www.youtube.com/watch?v=ad-GuV6YIMI&ab_channel=TheEconomist ● eCommerce Marketing Strategies - 12 Killer Tips Marketing 360 ● https://www.youtube.com/watch?v=7HgGiCK33ow&ab_channel=Marketing360 ● Top 10 Ecommerce Marketing Tips (100% PROVEN) ● https://www.youtube.com/watch?v=3DdJ1JynG8M&ab_channel=FoundrMagazine-Entrepreneur%26BusinessMagazine ● Understanding online payments ● 7 Online Payment Trends to Watch for in Ecommerce The Journey ● Online Marketplaces vs Ecommerce Platforms - What is the Difference? ● https://www.youtube.com/watch?v=9C4Gc3AFQJ4&ab_channel=EcommerceGold ● 10 Best Payment Gateways ● https://www.youtube.com/watch?v=K3KwXRuQCil&ab_channel=BrennanValeski ● Jeff Bezos: 3 Top Tips for Success in Ecommerce https://www.youtube.com/watch?v=5XoQQprgyFg&ab_channel=JungleScout ● E-commerce for agriculture – Samoa ● E commerce in agriculture- 7 Tips to Grow Sales in Food and AgriBusiness ● https://www.youtube.com/watch?v=ZL_c-mVZvk8&ab_channel=ManmathBiradar

14.6.4. Contribuição dos Resultados da Aprendizagem do Módulo 6 para os Resultados do Programa

Resultado da Aprendizagem – Matriz de Resultados do Programa:

(1: Muito baixo, 2: Baixo, 3: Médio, 4: Alto, 5: Muito Alto)

	Resultado do Programa 1 <i>"Interpreta a importância do marketing digital no mundo em mudança."</i>	Resultado do Programa 2 <i>"Desenvolve conteúdo de marketing digital"</i>	Resultado do Programa 3 <i>"Analisa campanhas nas redes sociais"</i>	Resultado do Programa 4 <i>"Gere as relações com os clientes no marketing digital."</i>	Resultado do Programa 5 <i>"Desenvolve um método de marketing digital."</i>	Resultado do Programa 6 <i>"Utiliza ferramentas de marketing digital"</i>	Resultado do Programa 7 <i>"Aplica princípios de segurança digital em ambientes virtuais."</i>
<i>Identificar plataformas de e-commerce e as suas características.</i>	2	3		5	4	5	
<i>Explique as tendências mais recentes no e-commerce</i>	2	3		2	5	5	
<i>Delineie os requisitos legais do e-commerce.</i>					3	3	3
<i>Descreva métodos de pagamento e logística no e-Commerce.</i>	1				4	4	4
<i>Explique os procedimentos necessários para a venda a partir de um site de mercado.</i>	1				4	5	3



14.7. MÓDULO 7 - COOPERAÇÃO DO AGRONEGÓCIO

14.7.1. Introdução

Hoje, a questão da organização na agricultura é um importante campo de estudo em todos os países desenvolvidos e em desenvolvimento que estão conscientes da importância da agricultura na economia do país. Na Agricultura, é necessária cooperação para desenvolver aplicações tecnológicas modernas para aumentar a qualidade da produtividade de acordo com as normas. O sector agrícola formado pelas empresas; a organização é necessária porque lhes faltam oportunidades de marketing para avaliar os produtos que produzem e não são eficazes na venda dos seus produtos nos mercados nacional e internacional. O Marketing Digital é uma nova oportunidade na agricultura para o dia de hoje e para o futuro. Compromisso de cooperação agronegócio de;

- O que é cooperação e atuação em conjunto no DM?
- Quais são os benefícios da cooperação?
- Tipos de cooperação de marketing digital do agronegócio
- Disposições legais relativas à cooperação em DM?

14.7.2. Objectivos, Resultados da Aprendizagem e Conteúdo do Módulo 7

MÓDULO 7	COOPERAÇÃO DO AGRONEGÓCIO
Objectivos e resultados esperados	Hoje, a questão da organização na agricultura é um importante campo de estudo em todos os países desenvolvidos e em desenvolvimento que estão conscientes da importância da agricultura na economia do país. Na Agricultura, é necessária cooperação para desenvolver aplicações tecnológicas modernas para aumentar a qualidade da produtividade de acordo com as normas. O sector agrícola formado pelas empresas; a organização é necessária porque lhes faltam oportunidades de marketing para avaliar os produtos que produzem e não são eficazes na venda dos seus produtos nos mercados nacional e internacional. O Marketing Digital é uma nova oportunidade na agricultura para o dia de hoje e para o futuro.
Palavras-chave	Cooperação, Cooperação Agrícola, Agronegócio
Sugestões metodológicas	A capacidade de utilizar um computador/smartphone beneficiará a aquisição do marketing digital. A pesquisa em sítios Web relacionados, plataformas de redes sociais e fontes de informação facilitará a aprendizagem. A informação será reforçada com o teste de realização a ser aplicado.
Ferramentas e recursos	Computador/Laptop/Tablet/Smartphone Ligação à Internet Dispositivo de projecção Leitor Acrobat Programas de reprodução de vídeo, etc.

RESULTADOS DE APRENDIZAGEM

RESULTADOS A ATINGIR	CONHECIMENTO	CAPACIDADES	COMPETÊNCIAS	DURAÇÃO (HORAS)
- Criar ações cooperativas ou realizar-se em movimentos de cooperação para o marketing digital.	-Definir a cooperação no marketing digital -Explicar os princípios básicos da cooperação. - Discute os benefícios da cooperação. -Resumir o que é uma cooperação eficaz e eficiente. -Rever as possibilidades de Marketing Digital através da organização. -Reconhecer os regulamentos legais necessários sobre a cooperação	- Construir grupos para o marketing digital. -Trabalhar em cooperação com pessoas que têm atividades agrícolas semelhantes para o marketing digital.	-Desenvolver ações de cooperação com outros empreendedores em marketing digital.	3

Conteúdo do Módulo:

1. O que é a colaboração no marketing digital?

1.1 Tipos de cooperação agrícola no marketing digital

2. Benefícios da colaboração no marketing digital

2.1 Dar aos agricultores a oportunidade de participarem no ambiente digital com os seus produtos

2.2 Poder de negociação

2.3 Redução de custos

2.4 Apoio de Instituições e Organizações

2.5 Orientação do Produto e Método de Produção Exigidos pelo Consumidor

2.6 Facilitar a troca de informações e melhorar as relações sociais

2.7 Presença de Clientes Apoiando os Produtores/Cooperativas nas Preferências de Consumo

2.8. servindo à sustentabilidade da produção

2.9. Aumento da Visibilidade do Produto

3. Boas práticas de cooperação agrícola no domínio do marketing digital

3.1 Aldeia Perfumada de Alfazema - Cooperativa de Mulheres

3.2 Cooperativa de produção e exploração da empresa feminina S.S. Sarigöl (SARKOOP)

3.3 Grupo do Facebook "Produtos naturais e saudáveis da Anatólia para a sua mesa"

3.4 Cooperativa de mercados agrícolas

14.7.3. Recursos úteis para o Módulo 7

<p>Fontes de informação</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● https://www.researchgate.net/profile/Zacharoula_Andreopoulou/publication/308898959_Women_Cooperatives_in_the_Digital_era_as_an_Opportunity_for_Successful_Entrepreneurship/links/57f602d008ae280dd0b93751 ● https://www.researchgate.net/profile/GroziDelchev/publication/323615568_Stability_Valuation_of_Some_Mixtures_between_Stimulators_and_Antibroadleaved_Herbicides_for_the_Grain_Yield_of_Durum_Wheat/links/5aa01b15a6fdcc22e2cd6086/Stability-Valuation-of-Some-Mixtures-between-Stimulators-and-Antibroadleaved-Herbicides-for-the-Grain-Yield-of-Durum-Wheat.pdf#page=831 ● https://www.fftc.org.tw/htmlarea_file/library/20110726094659/eb579.pdf ● file:///C:/Users/Administrator.DESKTOP-5BU68GL/Downloads/25857200.pdf ● Community-supported agriculture in the United States: Social, ecological, and economic benefits to farming, https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/joac.12280 ● Sustainability as business strategy in community supported agriculture: Social, environmental and economic benefits for producers and consumers, https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/BFJ-03-2018-0207/full/html?skipTracking=true&utm_source=TrendMD&utm_medium=cpc&utm_campaign=British_Food_Journal_TrendMD_0&WT.mc_id=Emerald_TrendMD_0
<p>Websites</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● https://en.wikipedia.org/wiki/Agribusiness ● https://www.fao.org/policy-support/policy-themes/sustainable-agribusiness-food-value-chains/en/ ● https://www.investopedia.com/terms/a/agribusiness.asp ● http://www.takbi.com ● https://tobb.org.tr/Sayfalar/20210716-HepsiTurkiye.html ● https://medium.com/platformkoop/kooperatif%C3%A7ilikte-i%C3%B6rnekler-yerel-kalk%C4%B1mada-preston-ve-i%C3%9Czmir-modeli-9915dcb89e0c ● https://medium.com/platformkoop/kooperatifler-ile-birlikte-de%C4%9Fer-%C3%BCretmek-7255430d0108 ● http://www.platformkoop.org/ ● https://torku.com.tr/en ● https://gidatopluluklari.org/ ● https://www.ekoharita.org/projeler/toplulukdesteklitarim/ ● https://www.cngfarming.org/ ● https://www.guneskoy.org.tr/ ● https://www.openfoodnetwork.org/ ● https://www.acikgida.com/



Vídeos do YouTube

- https://www.youtube.com/watch?v=0_OygF1RCFw
- <https://youtu.be/DChZsUDZ-s4?list=PLzp5NgJ2-dK6rvL0nelyknuTmM-3QKwBh>
- <https://www.youtube.com/watch?v=ShoD-FOIMUY>
- https://www.youtube.com/watch?v=_UulgefYvY
- <https://www.youtube.com/watch?v=iLkNZsDXLpw>
- <https://www.youtube.com/watch?v=wZaumnl29k>
- <https://www.youtube.com/watch?v=wZaumnl29k>
- <https://www.youtube.com/watch?v=tQ5jADa0DAs>
- https://www.youtube.com/watch?v=TTf_VXparLY
- https://www.youtube.com/watch?v=TTf_VXparLY
- <https://www.youtube.com/watch?v=LSQqqWHwDNO>
- <https://www.youtube.com/watch?v=oPzyYFsfTI>
- <https://tobb.org.tr/Sayfalar/20210716-HepsiTurkiye.html>
- https://www.youtube.com/watch?v=lgo_gP_vQVY
- <https://youtu.be/n7dDi-Ojezo>

14.7.4. Contribuição dos Resultados da Aprendizagem do Módulo 7 para os Resultados do Programa

Resultado da Aprendizagem – Matriz de Resultados do Programa:

(1: Muito baixo, 2: Baixo, 3: Médio, 4: Alto, 5: Muito Alto)

	Resultado do Programa 1 "Interpreta a importância do marketing digital no mundo em mudança."	Resultado do Programa 2 "Desenvolve conteúdo de marketing digital".	Resultado do Programa 3 "Analisa campanhas nas redes sociais".	Resultado do Programa 4 "Gere as relações com os clientes no marketing digital."	Resultado do Programa 5 "Desenvolve um método de marketing digital."	Resultado do Programa 6 "Utiliza ferramentas de marketing digital".	Resultado do Programa 7 "Aplica princípios de segurança digital em ambientes virtuais."
Definir cooperação no marketing digital	2	2			4	4	
Explique os princípios básicos da cooperação.	2	2			4	4	
Discute os benefícios da cooperação.	2	2			4	4	
Resumir o que é uma cooperação eficaz e eficiente.	2	2			4	4	
Reveja sobre as possibilidades de Marketing Digital através da organização.	2	2			4	4	3
Reconhecer os regulamentos legais necessários sobre a cooperação	2	2			4	4	4



14.8. MÓDULO 8 - SEGURANÇA CIBERNÉTICA PESSOAL

14.8.1. Introdução

A informação deu o seu nome à época em que vivemos e é definida como a maior potência do mundo de hoje. Todos querem ter o poder do conhecimento. No entanto, o uso deste poder para obras ilegais está a aumentar dia após dia. Por esta razão, os indivíduos, as instituições e os países devem prestar especial atenção à cibersegurança. Hoje em dia não há quase nenhum limite para o que se pode fazer online. A internet permite aceder rapidamente à informação, comunicar em todo o mundo, e muito mais. Infelizmente, a utilização crescente da internet no mundo traz muitas comodidades, enquanto a proteção dos dados pessoais tornou-se mais importante. Além de riscos como malware, spam e phishing, as publicações nas redes sociais também podem criar vulnerabilidades de segurança. Se quiser manter-se seguro on-line, terá de compreender estes riscos e aprender a evitá-los. Neste contexto, o objetivo geral da unidade é aumentar as competências dos participantes em Segurança da Informação. Unidade pessoal de Segurança Cibernética composta por;

- Definições e importância da cibersegurança
- Segurança das redes sociais
- Segurança sem fios
- Ameaças e vulnerabilidades
- Segurança de senha

14.8.2. Objectivos, Resultados da Aprendizagem e Conteúdo do Módulo 8

MÓDULO 8	SEGURANÇA CIBERNÉTICA PESSOAL
Objectivos e resultados esperados	<p>Hoje em dia, os indivíduos ou as instituições mantêm a sua informação em ambientes eletrónicos, como o armazenamento de nuvens, também processam os dados utilizando tecnologias de informação e comunicação. Não só dados relacionados com o trabalho, mas também dados pessoais são tratados na rede de internet através de dispositivos TIC. Cada serviço eletrónico oferecido pelas instituições traz consigo alguns problemas de segurança, bem como as conveniências que proporcionam. As redes sociais, os pontos de acesso à internet públicos representam sérios riscos em termos de segurança.</p> <p>No entanto, esta situação também coloca o risco de as informações pessoais caírem nas mãos de partes irrelevantes e não autorizadas sem o consentimento dos proprietários, utilizando-a ilegalmente de forma a perturbar ou prejudicar o proprietário de informações pessoais, e uma violação da privacidade pessoal.</p> <p>O principal objetivo deste módulo é desenvolver competências e competências dos agroempreendedores sobre segurança cibernética pessoal. Neste contexto, a segurança nas redes sociais, a segurança sem fios, a segurança das passwords, as ameaças e as vulnerabilidades são os principais temas.</p>
Palavras-chave	Segurança nas redes sociais, segurança sem fios, ameaças e vulnerabilidades, Segurança de senha

Sugestões metodológicas	<p>A capacidade de utilizar um computador/smartphone beneficiará a aquisição do marketing digital.</p> <p>A pesquisa em sítios Web relacionados, plataformas de redes sociais e fontes de informação facilitará a aprendizagem.</p> <p>A informação será reforçada com o teste de realização a ser aplicado.</p>
Ferramentas e recursos	<p>Computador/Laptop/Tablet/Smartphone</p> <p>Ligação à Internet</p> <p>Dispositivo de projeção</p> <p>Leitor Acrobat</p> <p>Programas de reprodução de vídeo, etc.</p>

RESULTADOS DE APRENDIZAGEM

RESULTADOS A ATINGIR	CONHECIMENTO	CAPACIDADES	COMPETÊNCIAS	DURAÇÃO (HORAS)
<p>-Tomar as medidas necessárias para garantir a segurança da informação.</p>	<p>-Explicar a importância da segurança da informação.</p> <p>-Distingue publicações nas redes sociais que podem violar privacidade e segurança.</p> <p>- Discutir a segurança das redes públicas sem fios.</p> <p>- Delineie as ameaças e vulnerabilidades.</p> <p>-Defina as características de uma palavra-passe forte.</p>	<p>-Configurar as definições de segurança e privacidade dos sites de redes sociais.</p> <p>-Distinguir spam, phishing ou outra forma de ataque.</p> <p>-Aplicar características de senhas fortes.</p>	<p>-Aplicar estratégias de proteção de dados pessoais nos serviços online.</p>	<p>4</p>

Conteúdo do Módulo:

1. Porque é que a segurança das informações pessoais é importante?
2. Três elementos-chave da segurança da informação
3. Segurança das redes sociais
 - 3.1 Definições de segurança do Facebook
 - 3.2 Definições de segurança do Instagram
4. Segurança das redes sem fios
5. Riscos, ameaças e vulnerabilidades
 - 5.1 Malware-Malware
 - 5.2. E-mails não solicitados (Spam) & Phishing (Phishing)
6. Segurança da palavra-passe

14.8.3. Recursos úteis para o Módulo 8

14.8.3. Recursos úteis para o Módulo 8	
Fontes de informação	<ul style="list-style-type: none"> ● https://www.coursera.org/lecture/information-security-data/what-is-information-security-1qTtP ● https://en.wikipedia.org/wiki/Information_security ● https://www.futurelearn.com/courses/introduction-to-cyber-security ● https://www.open.edu/openlearn/science-maths-technology/information-security/content-section-0?intro=1 ● https://www.reed.co.uk/courses/level-2-certificate-in-cyber-security/337876#/courses/free/cyber-security ● https://elearning.iaea.org/m2/course/index.php?categoryid=104 ● https://agora.unicef.org/course/info.php?id=12037
Websites	<ul style="list-style-type: none"> ● https://en.wikipedia.org/wiki/Information_security ● https://www.cisco.com/c/en/us/products/security/what-is-information-security-infosec.html ● https://www.imperva.com/learn/data-security/information-security-infosec/ ● https://www.itgovernance.co.uk/what-is-cybersecurity ● https://www.ibm.com/topics/cybersecurity ● https://www.cyber.gov.au/ ● https://ecs-org.eu/ ● https://whatyouneedtoknow.co.uk/showreel/
Vídeos do YouTube	<ul style="list-style-type: none"> ● https://www.youtube.com/watch?v=7L9JerWIT3Y ● https://www.youtube.com/watch?v=eUxUUarTRW4 ● https://www.youtube.com/watch?v=klJu-KR-jcs ● https://www.youtube.com/watch?v=inWWhr5tnEA ● https://www.youtube.com/watch?v=-Z3pp14oUiA ● https://www.youtube.com/watch?v=n8mbzU0X2nQ ● https://www.youtube.com/watch?v=jlylqjOlqzY ● https://www.youtube.com/watch?v=Zbqo7MGVElw ● https://www.youtube.com/watch?v=f8iG8i2XiY8 ● https://www.youtube.com/watch?v=L1imjkl03BQ

14.8.4. Contribuição dos Resultados da Aprendizagem do Módulo 8 para os Resultados do Programa

Resultado da Aprendizagem – Matriz de Resultados do Programa:

(1: Muito baixo, 2: Baixo, 3: Médio, 4: Alto, 5: Muito Alto)

	Resultado do Programa 1 <i>"Interpreta a importância do marketing digital no mundo em mudança."</i>	Resultado do Programa 2 <i>"Desenvolve conteúdo de marketing digital".</i>	Resultado do Programa 3 <i>"Analisa campanhas nas redes sociais".</i>	Resultado do Programa 4 <i>"Gere as relações com os clientes no marketing digital."</i>	Resultado do Programa 5 <i>"Desenvolve um método de marketing digital."</i>	Resultado do Programa 6 <i>"Utiliza ferramentas de marketing digital".</i>	Resultado do Programa 7 <i>"Aplica princípios de segurança digital em ambientes virtuais."</i>
<i>Explique a importância da segurança da informação.</i>	2					3	5
<i>Distingue publicações nas redes sociais que podem violar privacidade e segurança.</i>	2					3	5
<i>Discutir a segurança das redes públicas sem fios.</i>	2					3	5
<i>Delinear as ameaças e vulnerabilidades</i>	2			3	3	3	5
<i>Defina as características de uma palavra-passe forte.</i>	2			3	3	3	5

14.9. MÓDULO 9- PRIVACIDADE E SEGURANÇA NO MARKETING DIGITAL

14.9.1. Introdução

Globalmente, estamos a passar por um processo em que as tecnologias digitais afetam todos os aspetos da vida. Uma das negatividades deste processo são os ciberataques. Os ciberataques podem causar danos imprevisíveis a qualquer empresa, independentemente das pequenas ou grandes empresas. Tem até efeitos mais disruptivos para as pequenas empresas. Porque as pequenas empresas têm dificuldade em recuperar depois de um ciberataque.

O tema "PRIVACIDADE E SEGURANÇA NO MARKETING DIGITAL" torna-se importante para todos os tipos de empreendedores (empreendedores sociais, empresários agrícolas, etc.) que tentam expandir o seu negócio através de métodos de marketing digital. Mesmo que não esteja na descrição do seu trabalho, todos os empreendedores que o fazem ou querem fazer marketing digital têm de ter cuidado com esta questão. A vulnerabilidade que ocorrerá no marketing digital não só coloca em risco os dados do negócio, como também põe em risco todos os clientes e parceiros de solução que trabalham com esse negócio. Pode pensar-se que a cibersegurança não é da responsabilidade do empresário, e a equipa de TI deve lidar com isso. Mas todas as start-ups direcionadas para um marketing digital também são responsáveis por proteger a privacidade e os dados da marca ou empresa. Por esta razão, a segurança digital e a privacidade são da responsabilidade não só do pessoal de marketing, mas também dos gestores.

Para que as empresas não tenham quaisquer lacunas de segurança no marketing digital, precisam de criar uma estratégia sólida de segurança e incluí-la na sua estratégia de marketing. É sempre necessário estar preparado para os ciberataques que se pensa que aumentarão no futuro.

Os empresários que tentam alcançar um grande público usando técnicas de marketing tornam-se um alvo rico para os ciberataques. Os danos que podem ocorrer quando partilha um software inseguro e malicioso da página onde o negócio está a comercializar afetará todos os clientes.

14.9.2. Objectivos, resultados da aprendizagem e conteúdo do módulo 9

MÓDULO 9	PRIVACIDADE E SEGURANÇA NO MARKETING DIGITAL
Objectivos e resultados esperados	<p>O principal objetivo deste módulo é fazer com que os candidatos empreendedores percebam a importância da estratégia de segurança e privacidade contra ciberataques em atividades de marketing digital, introduzir os problemas que podem surgir em resultado de tal ataque, e fazê-los compreender os passos a seguir para a execução saudável do marketing digital.</p> <p>Hoje em dia, a utilização de técnicas de marketing digital é um método de marketing indispensável para as empresas. No entanto, a digitalização traz consigo alguns problemas. O primeiro deles são ciberataques. Os empresários (empresários ou potenciais empreendedores) devem considerar estas possibilidades e utilizar técnicas de marketing digital. É extremamente importante que os operadores mantenham os seus sistemas digitais atualizados e tomem medidas de precaução contra potenciais vulnerabilidades.</p> <p>Estas formações são dadas para dar uma perspetiva diferente ao empreendedor. Os empresários devem participar plenamente na educação, livre de todos os preconceitos.</p> <p>Deve manter-se um entendimento interativo nos treinos que terão a duração</p>



	<p>de 5 horas. Dar exemplos das experiências de trabalho de professores e empreendedores e partilhar bons ou maus exemplos no marketing digital tornará a formação mais benéfica.</p> <p>É importante que os formadores que darão esta formação para aprender as histórias dos empreendedores sobre as suas iniciativas passadas, especialmente para identificar os problemas que têm experimentado no marketing digital. No início e no fim da formação, o nível de benefício dos participantes da formação deve ser medido com estudos de avaliação. Além disso, os educadores devem dar orientações práticas sempre que possível.</p> <p>Os empresários que participarão na formação devem informar o professor sobre as atividades de marketing digital anteriores, caso existam. Os empresários devem tentar compreender as reflexões de conceitos teóricos na vida empresarial através de exemplos.</p>
Palavras-chave	vulnerabilidade, marketing digital, marketing de redes social, privacidade e segurança
Sugestões metodológicas	<p>A apresentação de exemplos práticos durante a formação aumentará a qualidade da mesma. As técnicas de pergunta-resposta, brainstorming e projeção devem ser utilizadas para facilitar a compreensão dos temas teóricos.</p> <p>O trabalho de grupo pode ser realçado para reforçar a aprendizagem permanente dos participantes.</p> <p>As competências de utilização do computador/smartphone beneficiarão a aquisição de conhecimentos de marketing digital.</p> <p>A pesquisa de sítios Web, plataformas de redes sociais e fontes de informação relacionadas facilitará a aprendizagem.</p> <p>A informação será reforçada com testes de aproveitamento a aplicar.</p>
Ferramentas e recursos	<p>Computador/Laptop/Tablet/Smartphone</p> <p>Ligação à Internet</p> <p>Dispositivo de projeção</p> <p>Google Chrome</p> <p>Acrobat Reader</p> <p>Programas de reprodução de vídeo, etc.</p>

RESULTADOS DE APRENDIZAGEM				
RESULTADOS A ATINGIR	CONHECIMENTO	CAPACIDADES	COMPETÊNCIAS	DURAÇÃO (HORAS)
-Continue as suas atividades de marketing digital com segurança.	-Reconhecer a importância da segurança e privacidade no marketing digital, -Identificar vulnerabilidades de segurança que afetam o marketing digital, -Definir as informações confidenciais do negócio e dos seus clientes.	-Reconhecer todo o tipo de vulnerabilidades de segurança que dificultam o marketing e desenvolvem soluções. - Mantenha o sistema de marketing atualizado para futuras vulnerabilidades de segurança.	-Aplicar estratégias de segurança no e-commerce nos serviços online.	5
<p>Conteúdo do Módulo:</p> <p>1. A importância da privacidade e da segurança no marketing digital</p> <p> 1.1 Definições</p> <p> 1.2 Porque é que a privacidade e a segurança são importantes no marketing digital?</p> <p>2. Lacunas de segurança e privacidade que afetam o marketing digital</p> <p> 2.1 Que ferramentas criam lacunas de segurança e privacidade no marketing digital?</p> <p> 2.2 Recolha e proteção de dados pessoais</p> <p> 2.3 Segurança dos cartões de crédito</p> <p> 2.4 Segurança das informações do cartão de crédito para venda por correspondência</p> <p> 2.5 Sítios Web e aplicações de terceiros</p> <p> 2.6 Segurança do correio eletrónico</p> <p> 2.7 Segurança das redes sociais</p> <p> 2.8 Cookies do navegador</p>				



14.9.3. Recursos úteis para o Módulo 9

14.9.3. Recursos úteis para o Módulo 9	
Fontes de informação	<ul style="list-style-type: none"> ● https://www.varonis.com/blog/data-breach-statistics ● https://www.researchgate.net/publication/343996688_Exploring_Cybersecurity_Threats_in_Digital_Marketing ● https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1757-899X/940/1/012065 ● https://www.ejmcm.com/article_1505_57afb6807136e8f18c9a30f183a73179.pdf ● https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1757-899X/940/1/012065/pdf ● https://hrcak.srce.hr/file/370332 ● https://rockcontent.com/blog/digital-marketing-and-privacy/ ● https://biliguvende.com/category/guvenlik-onerileri/ ● https://lorentlabs.com/dijital-pazarlama-sirketinizi-siber-saldirilardan-korumak-icin-4-ipucu/ ● https://info.varonis.com/hubfs/docs/research_reports/2021-Financial-Data-Risk-Report.pdf?hsLang=en
Websites	<ul style="list-style-type: none"> ● https://www.marketingtr.net/tr ● https://bigdata-madesimple.com/ ● https://lorentlabs.com/ ● https://www.softwareone.com/tr-tr/ ● https://en.wikipedia.org/wiki/Digital_security ● https://www.simplilearn.com/what-is-digital-security-article ● https://safeonline.ng/fundamentals/an-overview-of-digital-security-the-need-and-dangers/ ● https://referralrock.com/blog/cybersecurity-threats-for-digital-marketers/
Vídeos do YouTube	<ul style="list-style-type: none"> ● https://www.youtube.com/watch?v=bixR-KIJKYM ● https://www.youtube.com/watch?v=l2pwcAVonKI ● https://www.youtube.com/watch?v=3BEUQ0X9IBo ● https://www.youtube.com/watch?v=peFcxwPF2w ● https://www.youtube.com/watch?v=GY3AzTI9tXo ● https://www.youtube.com/watch?v=xSuYOpWX3io ● https://www.youtube.com/watch?v=H_gh-mc3Dac ● https://www.youtube.com/watch?v=LLp3AcT-7U8 ● https://www.youtube.com/watch?v=f_2evV6Fa-s ● https://www.youtube.com/watch?v=gJIN_n16H3c

14.9.4. Contribuição dos Resultados da Aprendizagem do Módulo 9 para os Resultados do Programa

Resultado da Aprendizagem – Matriz de Resultados do Programa:

(1: Muito baixo, 2: Baixo, 3: Médio, 4: Alto, 5: Muito Alto)

	Resultado do Programa 1 <i>"Interpreta a importância do marketing digital no mundo em mudança."</i>	Resultado do Programa 2 <i>"Desenvolve e conteúdo de marketing digital"</i>	Resultado do Programa 3 <i>"Analisa campanhas nas redes sociais"</i>	Resultado do Programa 4 <i>"Gere as relações com os clientes no marketing digital."</i>	Resultado do Programa 5 <i>"Desenvolve um método de marketing digital."</i>	Resultado do Programa 6 <i>"Utiliza ferramentas de marketing digital"</i>	Resultado do Programa 7 <i>"Aplica princípios de segurança digital em ambientes virtuais."</i>
<i>Reconhecer a importância da segurança e a privacidade no marketing digital.</i>	2				3	4	5
<i>Identifique as vulnerabilidades de segurança que afetam o marketing digital.</i>	2				3	4	5
<i>Defina a informação confidencial do negócio e dos seus clientes.</i>	2				3	4	5



15. GUIA DA PLATAFORMA ELECTRÓNICA PARA FORMADORES

O Curso "Marketing Digital Seguro para Empresários Agrícolas" - <https://digiagrimark.net> é construído num Sistema de Gestão de Aprendizagem baseado na plataforma Moodle.

O Moodle é um sistema de gestão da aprendizagem em linha, gratuito, que permite aos educadores criar os seus próprios sítios Web personalizados, repletos de cursos dinâmicos que prolongam a aprendizagem em qualquer altura e em qualquer lugar.

É o sistema de gestão da aprendizagem de fonte aberta mais utilizado no mundo, com mais de 100 milhões de utilizadores em todo o mundo.

Podemos enumerar as principais características da plataforma Moodle da seguinte forma:

- O Moodle é um sistema de código aberto.
- É uma plataforma comprovada e fiável em todo o mundo.
- Foi concebida para apoiar tanto o ensino como a aprendizagem. É fácil de utilizar.
- Está sempre actualizada e em desenvolvimento.
- Tem a maior comunidade de apoio de programadores, professores e designers que trabalham em todo o mundo.
- Tem uma documentação e um fórum de apoio muito bons.
- É flexível e personalizável.
- A plataforma tem suporte para mais de 100 idiomas.

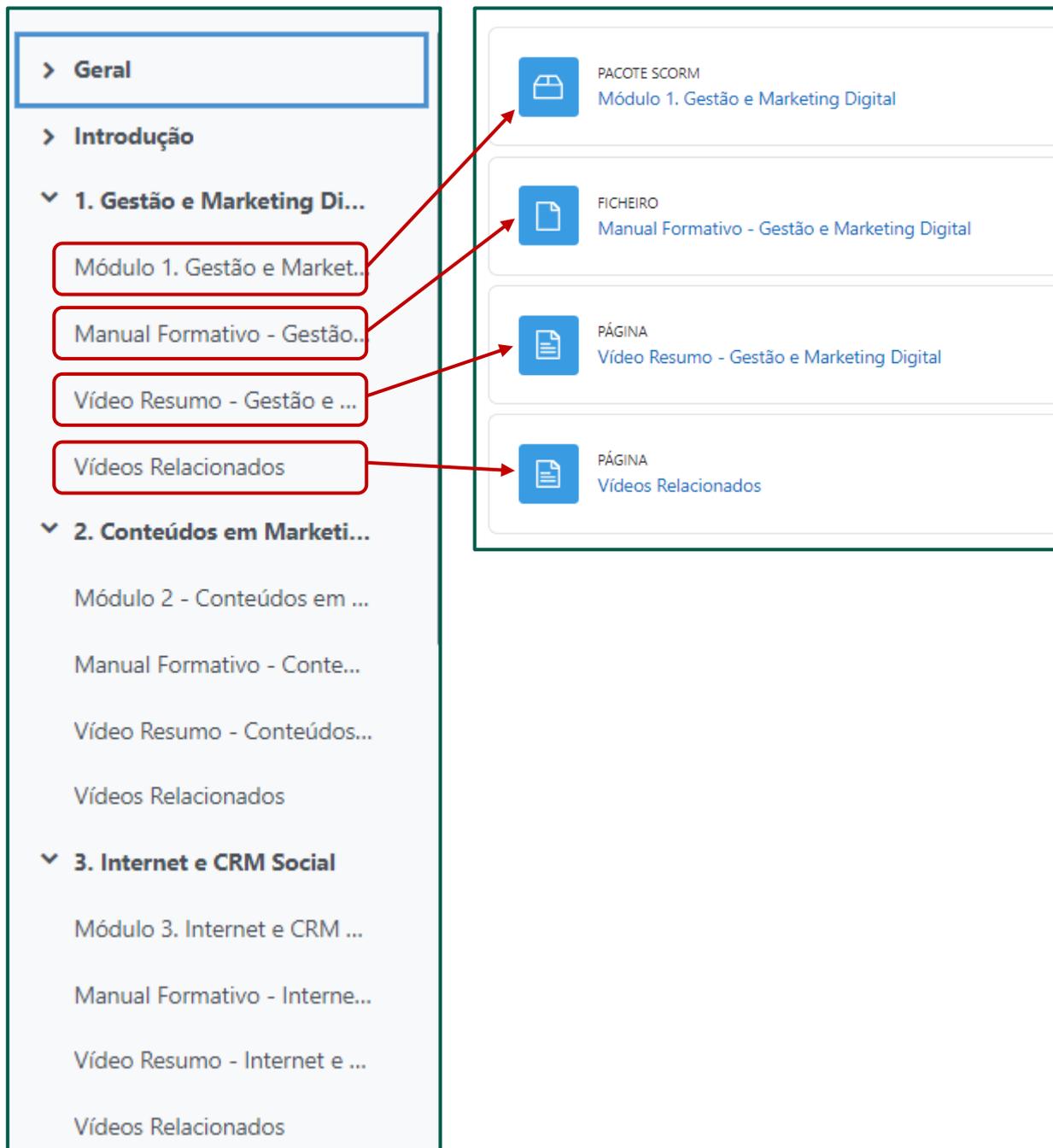
A Plataforma de Formação Digiagrimark inclui nove módulos desenvolvidos de acordo com o currículo "Marketing Digital Seguro para Empresários Agrícolas":

1. Gestão de Marketing e Marketing Digital
2. marketing de conteúdos
3. Internet e CRM Social
4. análise de dados e relatórios
5. anúncios e campanhas digitais
6. mercado e comércio eletrónico
7. cooperação agrícola
8. cibersegurança pessoal
9. privacidade e segurança no marketing digital

15.1. ESTRUTURA DO CURSO

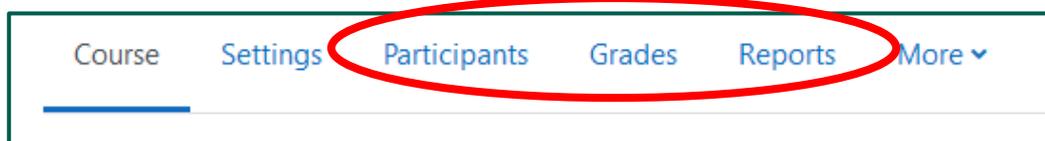
Podemos registar-se na plataforma de e-learning em <https://digiagrimark.net/>, utilizando o botão "Login". Após o registo, deve enviar os seus dados (nome, apelido, habilitações literárias, endereço eletrónico e número de telefone) para o endereço eletrónico digiagrimark@gmail.com, a fim de ser identificado como formador. Quando for autorizado pelo administrador do sistema, será notificado por correio eletrónico.

Quando entrar na plataforma de e-learning, pode navegar entre os módulos utilizando a secção de índice no lado esquerdo. Ao clicar em cada módulo, pode encontrar informações pormenorizadas sobre esse módulo. Cada módulo contém um material interativo (Pacote Scorm), um vídeo de síntese (página), notas de aula em formato pdf (ficheiro) e recursos de vídeo (página). Para visualizar os conteúdos, basta clicar no material relevante.



15.2. RELATÓRIOS DOS ALUNOS

A imagem de ecrã que vê abaixo ajudá-lo-á a aceder aos relatórios dos seus alunos.



No separador Participantes, pode ver a lista de alunos inscritos na disciplina e aceder a informações sobre a última vez que frequentaram a disciplina.

<input type="checkbox"/>	FA FETHİ ATALAR	fexartdesign@gmail.com	Student	No groups	76 days 21 hours	Active		
<input type="checkbox"/>	iA ismail AYYILDIZ	ayyildiz4545@hotmail.com	Student	No groups	55 days 19 hours	Active		
<input type="checkbox"/>	RB Rukiye Baran	203512048@stu.adu.edu.tr	Student	No groups	57 days 15 hours	Active		
<input type="checkbox"/>	MB Mehmet Bilen	projearge09@gmail.com	Student	No groups	79 days 12 hours	Active		
<input type="checkbox"/>	Vb Vale br	valentinabrilli9@gmail.com	Student	No groups	97 days 16 hours	Active		

Com o separador Notas, pode aceder às informações de acesso de cada aluno para cada módulo. O botão de análise de notas dá acesso a estas informações.

Module 9. Privacy and Sec...	Introduction	Certificate Exam	Course total
-@	-@	-@	-
-@	-@	-@	-
-@	-@	-@	-
-@	-@	-@	-
-@	-@	-@	-
-@	-@	-@	-
-@	-@	-@	-
-@	-@	-@	-

No separador Relatórios, pode examinar as taxas de acesso a cada módulo com a opção de relatórios de actividades e as actividades que os alunos concluíram ou deixaram inacabadas com a opção de conclusão de actividades.

1. Management and digital marketing		
Modul 1. Management and Digital Marketing Interactive Material	99 views by 15 users	-
Summarizing Video	36 views by 15 users	-
Management and Digital Marketing Lecture Note	33 views by 13 users	-
Related Videos	24 views by 10 users	-

FETHİ ATALAR	fexartdesign@gmail.com	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ismail AYYILDIZ	ayyildiz4545@hotmail.com	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Rukiye Baran	203512048@stu.adu.edu.tr	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mehmet Bilen	projearge09@gmail.com	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



16. BIBLIOGRAFIA

1. Baeza---Yates, R., Ribeiro---Neto, B. Modern Information Retrieval. 2ª ed. Addison---Wesley, 2011 (cap. 11. Web Retrieval).
2. De Vries, L., Gensler, S., & Leeflang, P. S. (2012). Popularity of brand posts on brand fan pages: an investigation of the effects of social media marketing. *Journal of Interactive Marketing*, 26(2), 83---91.
3. Godes, D., & Mayzlin, D. (2009). Firm---created word---of---mouth communication: Evidence from a field test. *Marketing Science*, 28(4), 721---739.
4. Goh, K. Y., Heng, C. S., & Lin, Z. (2013). Social media brand community and consumer behavior: Quantifying the relative impact of user---and marketer---generated content. *Information Systems Research*, 24(1), 88---107.
5. Kumar, V., Bhaskaran, V., Mirchandani, R., & Shah, M. (2013). Creating a measurable social media marketing strategy for hokey pokey: Increasing the value and ROI of intangibles and tangibles. *Marketing Science. Articles in Advance*, pp. 1---19.
6. Zhang, M., Jansen, B. J., & Chowdhury, A. (2011). Business engagement on Twitter: a path analysis. *Electronic Markets*, 21(3), 161---175.
7. <https://www.cyberclick.es/marketing/marketing-online-o-marketing-digital-que-es>
8. https://www.thinkwithgoogle.com/intl/es-es/futuro-del-marketing/transformacion-digital/qu%C3%A9-es-el-marketing-digital-o-marketing-online/?gclid=Cj0KQCQiAO-6ABhDMARIsAFVdQv-8qDa8V-XOwRd7HRoQAO1VCr8jDWEN950zXXU-PnWPTjDShOONjeQaAqtgEALw_wcB
9. <https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/que-es-el-marketing-digital-o-marketing-online>
10. <https://www.waaremarketing.com/es/blog/paso-a-paso-estructura-de-un-plan-de-marketing-digital.html>
11. <https://www.iebschool.com/blog/plan-de-marketing-digital/#:~:text=Un%20plan%20de%20Marketing%20Digital%20consiste%20en%20un%20documento%20donde,puedan%20conseguir%20los%20objetivos%20marcados>
12. <https://www.cyberclick.es/marketing/plan-de-marketing>
13. https://escuela.marketingandweb.es/curso-marketing-digital-acceso-videos/?utm_source=ActiveCampaign&utm_medium=email&utm_content=Bienvenido+al+Curso+de+Marketing+Digital&utm_campaign=Bienvenida+Curso+Marketing+Digital
14. Anonymous. Content marketing. Retrieved on 11 December 2021 https://en.wikipedia.org/wiki/Content_marketing#Digital_content_marketing
15. Aušra Pažėraitė, Rūta Repovienė. 2018. Content Marketing Decisions for Effective Internal Communication. Retrieved on 11 December 2021. <https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=692079>
16. Pulizzi, Joe. 2016. The History of Content Marketing. Retrieved on 11 December 2021. <https://contentmarketinginstitute.com/2016/07/history-content-marketing/>
17. Anonymous. What Is Content Marketing? Retrieved on 13. December 2021. <https://contentmarketinginstitute.com/what-is-content-marketing/>
18. Steimle Josh. 2014. What Is Content Marketing? Retrieved on 13 December 2021. <https://www.forbes.com/sites/joshsteimle/2014/09/19/what-is-content-marketing/?sh=7cf0846510b9>



19. Anonymous. What is content marketing? Retrieved on 13 December 2021.
<https://www.marketo.com/content-marketing/>
20. <https://analytics.google.com/analytics/web/provision/?pli=1#/provision>
21. https://tr.wikipedia.org/wiki/Google_Analytics
22. <https://www.umassmed.edu/globalassets/it/web-services/google-analytics/google-analytics-user-guide.pdf>
23. <https://core.ac.uk/download/pdf/38048194.pdf>
24. Taneja, Girish and Vij, Sandeep, Dynamics of a Digital Advertising Campaign (January 5, 2019). Proceedings of 10th International Conference on Digital Strategies for Organizational Success, Available at <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3308035>
25. [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2021/662913/IPOL_STU\(2021\)662913_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2021/662913/IPOL_STU(2021)662913_EN.pdf)
26. <https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.463.7725&rep=rep1&type=pdf>
27. <https://publications.iom.int/system/files/pdf/online-evaluation-report.pdf>
28. <https://unmetric.com/resources/ultimate-social-media-campaigns-guide>
29. https://en.wikipedia.org/wiki/Online_marketplace
30. <https://www.facebook.com/business/m/marketplace-ecommerce>
31. <https://www.hp.com/us-en/shop/tech-takes/ecommerce-vs-online-marketplace>
32. https://unctad.org/system/files/official-document/dtlstictinf2020d2_en.pdf
33. https://uk.sagepub.com/sites/default/files/upm-assets/9598_book_item_9598.pdf
34. <https://www.deloittedigital.com/content/dam/deloittedigital/us/documents/offerings/offering-20210625-seizing-next-era-commerce.pdf>
35. <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.201.2889&rep=rep1&type=pdf>
36. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/csr.1448>
37. <https://ideas.repec.org/a/wly/corsem/v25y2018i2p182-193.html>
38. <https://ageconsearch.umn.edu/record/14662/>
39. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---coop/documents/instructionalmaterial/wcms_644684.pdf
40. <https://ageconsearch.umn.edu/record/14657/>
41. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1574-0862.2000.tb00273.x>
42. <https://www.jstor.org/stable/1242402>
43. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/1467-7679.00093>
44. https://www.researchgate.net/publication/324957574_Study_of_cooperation_in_agribusiness_as_a_socio-economic_phenomenon
45. <https://www.guvenliweb.org.tr/>
46. https://www.nisc.go.jp/security-site/campaign/files/aj-sec/handbook-all_eng.pdf
47. https://www.mha.gov.in/sites/default/files/Documents_InformationSecurity_25062019.pdf
48. <https://www.facebook.com/safety>

49. <https://help.twitter.com/tr/safety-and-security>
50. <https://help.instagram.com/285881641526716>
51. <https://www.kaspersky.com.tr/resource-center/preemptive-safety/public-wifi>
52. <https://www.kaspersky.com.tr/resource-center/preemptive-safety/public-wifi-risks>
53. <https://www.eset.com/tr/trojan-horse/>
54. <https://bidb.hacettepe.edu.tr/tr/spam>
55. <https://www.eset.com/tr/trojan-horse/>
56. <https://www.verizon.com/business/resources/reports/dbir/>
57. Benefits And Challenges: For Marketing Strategies On-Line Maryam I.Y. Suleiman¹, Dr. Norhilmi Bin Muhammad², Ibrahim Suleiman Yahaya³, Dr. Magaji Abubakar Adamu⁴, Amina Usman Sabo⁵, European Journal of Molecular & Clinical Medicine ISSN 2515-8260 Volume 07, Issue 03, 2020
58. Characteristics of the digital marketing advantages and disadvantages, SS Vevela and A I, Faculty of Management, Technical University of Sofia, 8 Kliment Ohridski Blvd., Sofia, Bulgaria Tsvetanova, Conf. Series: Materials Science and Engineering 940 (2020) 012065
59. (An Assessment of the Turkish Draft Law on Protection of Personal Data in Light of the EU Data Protection Directive, Nurullah Tekinç
60. The Concept of Privacy and Personal Data in Digital Life: Analysis of Perceptions of Students' at Hacettepe University Department of Information Management, Şahika EROĞLU, Hacettepe University Journal of Faculty of Letters Cilt/Volume: 35 Sayı/Number:2 Aralık/December 2018
61. Dijital Ortamda Kişisel Veri Güvenliği ve Sosyal Medya Reklamcılığı Üzerine Bir Değerlendirme, Kesit Akademi Dergisi (The Journal of Kesit Academy) Yıl: 4, Sayı:16, Eylül 2018, s. 389-409
62. Avrupa Birliği Veri Koruması Genel Regülasyonu'nun Temel Yenilikleri Yrd. Doç. Dr. Nilgün BAŞALP, MÜHF - HAD, C.21, S.1
63. Geleneksel ve Dijital Pazarlamanın Karşılaştırılması, Sevgi Çolakoğlu Gürer, İstanbul, 2021
64. <https://www.verizon.com/business/resources/reports/2019-data-breach-investigations-report.pdf>



<https://digiagrimark.com>

<https://digiagrimark.net>



@digiagrimark



digiagrimark



MARKETING DIGITAL E SEGURANÇA DIGITAL PARA AGRICULTORES MANUAL DO INSTRUTOR

