

AULA 1: Introdução e Configuração Inicial

- Apresentação do curso e objetivos.
- Introdução ao Meta Ads (Facebook e Instagram).
- Criação e configuração de contas de anúncios.
- Estruturação básica de campanhas: campanhas, conjuntos de anúncios e
- Prática: Criação e configuração de uma campanha inicial

AULA 2: Segmentação de Público e Desenvolvimento de Criativos

- Tipos de segmentação: demográfica, interesses, comportamental e personalizada.
- Públicos personalizados e semelhantes.
- Técnicas para criação de anúncios eficazes (imagens, vídeos e textos).
- Prática: Desenvolvimento de criativos e configuração de públicos.

AULA 3: Estratégias de Lance, Orçamento e Análise de Resultados

- Tipos de lances: CPC, CPM, CPA.
- Definição e gestão de orçamentos (diário e vitalício).
- Principais métricas e KPIs (CTR, CPC, CPA, ROAS).
- Ferramentas analíticas: Facebook Ads Manager e Google Analytics.
- Prática: Configuração de lances, orçamentos e análise de campanhas reais.

EXTENSÃO

PRESENCIAL

matriz curricular

TRÁFEGO PAGO PARA INICIANTES



AULA 1: Introdução e Configuração Inicial

- *Introdução a outras plataformas (Google Ads, LinkedIn Ads, Twitter Ads)*
- *Estratégias para integração de canais*
- *Desenvolvimento de um plano de mídia integrado*
- *Monitoramento e otimização em tempo real*
- *Prática: Execução de campanhas integradas com foco em Meta Ads e outros canais.*

CARGA HORÁRIA TOTAL

16H