

## Social Media Marketing – A Importância das Redes Sociais

### Objetivos Gerais

As redes sociais têm vindo a assumir progressivamente mais importância no Marketing, nas vendas e nas relações públicas, sendo uma área de investimento para empresas e indivíduos que pretendam explorar eficazmente as potencialidades da Web 2.0.

Este Curso pretende dotar os formandos de conhecimentos e competências para a utilização de redes sociais, enquanto parte do plano estratégico de empresas /marcas.

### Objetivos Específicos

No final deste Curso os participantes saberão:

- Entender as potencialidades da Web 2.0 como uma estratégia de comunicação integrada;
- Formular estratégias de comunicação suportada nas redes sociais;
- Definir os objetivos e público-alvo da comunicação;
- Escolher as redes sociais/agregadores adequados ao alcance dos objetivos.

### Destinatários

Este Curso destina-se a todos os profissionais das áreas Marketing, Publicidade, Comunicação, Branding e Web Design e Gestores de conteúdos online que pretendam potenciar a presença das suas empresas nas redes sociais.

### Pré-requisitos

Os pré-requisitos necessários para frequentar este curso são:

- Ter acesso a um computador ou um tablet com ligação à Internet e um browser (programa para navegar na web), como o Chrome, Safari, Firefox ou Internet Explorer.
- Pode aceder ao curso a partir de qualquer computador (por exemplo, em casa e no escritório), tablet ou smartphone.

### Carga Horária

12 Horas

### Conteúdo Programático

**Módulo 0 – Apresentação de Plataforma e Método de Utilização**

**Módulo I - Da Web 1.0 para a Web 2.0**

- Diferenças

- O que é a Web 2.0
- Novo paradigma da comunicação.

### **Módulo II - Social Networking**

- Diversidade das Redes Sociais;
- Redes Sociais horizontais e verticais;
- Diferenças;
- Objetivos de comunicação;
- Ning – criação de redes sociais;
- Análise de estudos.

### **Módulo III - Estratégia nas Redes Sociais**

- Definição de objetivos;
- Passos na criação de uma estratégia;
- Os 5 Ts;
- Formas de atuar.

### **Módulo IV - Indicadores de Retorno**

- Tipos de Retorno;
- Medição de Retorno.

### **Módulo V - As Principais Redes Sociais**

### **Módulo VI - Plataformas de Integração de Redes Sociais**

- Tweetdeck;
- Hootsuite.

### **Módulo VII - Best Practices**

- Regras básicas;
- Formas de atuar.

### **Módulo VIII - Tendências**

- Geolocalização;
- Redes Sociais em ascensão.

### **Módulo IX - Políticas Internas**

- Definição de Políticas Internas;
- Análise de Exemplos.

## **Metodologia**

Este curso tem sempre presente o formador, que irá mesmo dar a formação presencial através da plataforma.

O Formando pode intervir juntamente com o formador ou com os restantes formandos tal como faz na sala de aula.

As apresentações e exercícios serão sempre disponibilizados pelo formador no final de cada sessão de formação.

No final do curso receberá um Certificado de Formação Profissional caso frequente pelo menos 90% das aulas, realize os trabalhos e os testes propostos, participe nas discussões online e tenha avaliação final positiva.

Esta formação é certificada e reconhecida.