



Fundamentos de Social Media Marketing

Criatividade - Marketing Digital

- **Nível:** Entrada
 - **Duração:** 6h
-

Sobre o curso

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 tem como objectivos:

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

No final do curso, o formando deverá ser capaz de entender as potencialidades da Web 2.0 e como uma estratégia de comunicação integrada é indispensável para o sucesso da comunicação. Para além disso, estará também apto para formular estratégias neste sentido, desde a definição de objetivos e público-alvo, à escolha de redes sociais/agregadores adequados para alcançar objetivos previamente definidos.

Destinatários

- Profissionais e estudantes de Marketing, Publicidade, Comunicação, Branding e Web Design.
 - Gestores de conteúdos online.
-

Pré-requisitos

Conhecimentos gerais de navegação na Internet.

Metodologia

Presencial ou live training.

Programa

- O papel das Redes Sociais no Marketing Digital
- Diversidade de Redes Sociais
- Estratégia nas Redes Sociais
- Noções Gerais de Community Management

O papel das Redes Sociais no Marketing Digital

- ›O Novo paradigma da comunicação;
- ›Social Media vs Social Networking.

Diversidade de Redes Sociais

- ›Redes Sociais horizontais e verticais;
- ›As principais Redes Sociais;
- ›Plataformas de integração de Redes Sociais.

Estratégia nas Redes Sociais

- ›Definição de objetivos e metas;
- ›Estratégia dos 5Ts;
- ›Formas de atuar;
- ›Boas Práticas;
- Métricas e Indicadores de Retorno.

Noções Gerais de Community Management

- › A figura de Community Manager: tarefas, responsabilidades, aptidões e atitude;
- ›Ferramentas de Gestão de Comunidades;
- ›Boas práticas e formas de atuar.