

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.

Carga Horária

12 Horas

Conteúdos Programáticos

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.