

## 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 e como uma estratégia de comunicação integrada
- Formular estratégias de comunicação suportada nas redes sociais
- Definir os objectivos e público-alvo da comunicação
- Escolher as redes sociais/agregadores adequados ao alcance dos objectivos

### Destinatários

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

### Carga Horária

12 Horas

### Conteúdos

1. Da web 1.0 para a web 2.0
  - Diferenças
  - O que é a Web 2.0
  - Novo paradigma da comunicação
2. Social networking
  - Diversidade das Redes Sociais
  - Redes Sociais horizontais e verticais
  - Diferenças

- Objetivos de comunicação
- Ning – criação de redes sociais

### 3. Análise de estudos

### 4. Estratégia nas redes sociais

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

### 5. Indicadores de retorno

- Tipos de Retorno
- Medição de retorno

### 6. As principais redes sociais

### 7. Plataformas de integração de redes sociais

- Tweetdeck
- Hootsuite

### 8. Best practices

- Regras básicas
- Formas de atuar

### 9. Tendências

- Geolocalização
- Redes Sociais em ascensão

### 10. Políticas internas

- Definição de Políticas Internas
- Análise de Exemplos

### 11. Estudos de caso

### 12. Sessão de perguntas & respostas