

Comunicação Institucional nas Redes Sociais

Objetivos Gerais

A utilização correta e eficaz das Redes Sociais constitui uma ferramenta eficaz e imprescindível para empresas e instituições. Meios de comunicação como Facebook, LinkedIn, Twitter, e Instagram são, nos dias de hoje, espaços obrigatórios para um desempenho profissional integrado e de sucesso.

Este Curso pretende preparar os seus participantes para este novo paradigma da comunicação, de modo a permitir aos formandos a capacidade de dominar as especificidades da comunicação nas redes sociais como forma de potenciar e complementar a comunicação das instituições que representam.

Objetivos Específicos

No final deste Curso os participantes saberão:

- Delinear uma estratégia de presença nas Redes Sociais de acordo com a política de comunicação da Instituição;
- Identificar as características das diferentes redes sociais, as vantagens e desvantagens;
- Desenvolver competências de utilização correta e ética das Redes Sociais;
- Delinear um plano estratégico de presença nas Redes Sociais para a Instituição;
- Utilizar as Redes Sociais como fonte de informação.

Destinatários

Este Curso é dirigido a todos os profissionais que necessitem conhecer e aplicar as redes sociais como ferramenta de comunicação institucional.

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

16 Horas

Conteúdo Programático

Módulo 0 – Apresentação de Plataforma e Método de Utilização

Módulo I – Introdução às Redes Sociais

- A força das redes sociais - O novo paradigma da comunicação;
- Estar ou não estar nas Redes Sociais?;
- As importâncias das Redes Sociais para empresas e instituições.

Módulo II – Comunicação Institucional nas Redes Sociais

- As Redes Sociais dentro da política de comunicação das instituições;
- Os novos desafios da Comunicação Pública;
- Definição de objetivos de comunicação, metodologia e melhores práticas: imagem, notoriedade e reputação.

Módulo III – Identificação das Redes Sociais e os Seus Públicos

- Facebook:
 - Principais características;
 - Vantagens e desvantagens;
 - Funcionalidades básicas;
 - Boas práticas.
- LinkedIn:
 - Principais características;
 - Vantagens e desvantagens;
 - Funcionalidades básicas;
 - Boas práticas.
- Twitter:
 - Principais características;
 - Vantagens e desvantagens;
 - Funcionalidades básicas;
 - Boas práticas.
- Instagram:
 - Principais características;

- Vantagens e desvantagens;
- Funcionalidades básicas;
- Boas práticas.

Módulo IV – Plano Estratégico de Presença nas Redes Sociais

- Definição de perfil / rede de acordo com os objetivos a atingir;
- Posicionamento profissional;
- Tipo de conteúdos a publicar:
 - Texto, imagens, áudio, vídeo, gráficos;
 - As Redes Sociais como fonte de informação;
 - A importância da Linguagem e Escrita;
 - Ferramentas;
 - Erros a evitar.
- Gestão de crise;
- Definir um planeamento das redes sociais.

Módulo V – Interação e Gestão das Redes Sociais

- Como interagir com os seguidores e fãs para obter feedback e gerar discussão positiva.

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.