

Gestão de Mídias Sociais

Objetivos Gerais

Este curso é dirigido a todos os profissionais que trabalham com comunicação e relacionamento digital na banca, com o propósito de desenvolver competências estratégicas e operacionais para gerir eficazmente as mídias sociais. Visa capacitá-los a construir e proteger a reputação da instituição, aumentar o *engagement* com clientes e *stakeholders*, e responder aos desafios de um ambiente digital em constante evolução.

Objetivos Específicos

No final deste curso os participantes saberão:

- Compreender o papel estratégico das mídias sociais na comunicação corporativa do setor bancário.
- Planejar e implementar uma estratégia eficaz de presença digital, alinhada com os objetivos institucionais e regulatórios.
- Gerir conteúdos, interações e crises nas plataformas sociais de forma proativa e alinhada com as políticas internas.
- Analisar métricas e indicadores de desempenho para otimizar campanhas e presença digital.
- Assegurar a conformidade regulatória e ética na gestão das redes sociais.
- Utilizar ferramentas digitais para monitorizar, agendar e automatizar publicações.

Destinatários

Este curso destina-se a Profissionais das áreas de comunicação, marketing, relacionamento com clientes, reputação corporativa, compliance e gestão na banca.

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

14 horas

Conteúdo Programático

Módulo 0 – Apresentação de Plataforma e Método de Utilização

Módulo I – Fundamentos da Comunicação nas Mídias Sociais

- Panorama atual das mídias sociais e seu impacto na banca;
- Comportamento dos utilizadores e tendências digitais;
- Papel das redes sociais na reputação corporativa.

Módulo II – Planeamento Estratégico para Redes Sociais

- Definição de objetivos e público-alvo;
- Criação de calendário editorial e gestão de conteúdos;
- Alinhamento com a estratégia global da instituição.

Módulo III – Gestão de Conteúdos e Engajamento

- Produção de conteúdos relevantes e compliance regulatório;
- Técnicas para aumentar o envolvimento e a interação;
- Gestão de crises e respostas a comentários negativos.

Módulo IV – Ferramentas e Monitorização

- Plataformas e ferramentas para agendamento e monitorização;
- Análise de métricas: KPIs e relatórios de desempenho;
- Automação e otimização de processos.

Módulo V – Ética, Compliance e Boas Práticas

- Regras de conformidade específicas para o setor bancário;
- Gestão de dados pessoais e privacidade nas redes sociais;
- Casos práticos e estudo de situações reais.

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.