

## FICHA SÍNTESE DE CURSO

<b>DESIGNAÇÃO DO CURSO</b>	1   ESTRATÉGIA DE MARKETING NAS REDES SOCIAIS
<b>ÁREA ESTRATÉGICA</b>	Interesse e Serviço Público
<b>ÁREA TEMÁTICA</b>	Comunicação, Informação e Marketing
<b>DURAÇÃO</b>	9 horas
<b>DESTINATÁRIOS/ CONDIÇÕES DE ACESSO</b>	<p>Dirigentes em cargos de direção superior</p> <p>Dirigentes em cargos de direção intermédia</p> <p>Trabalhadores da carreira geral de técnico superior</p> <p>Trabalhadores da carreira geral de assistente técnico</p> <p>Trabalhadores da carreira geral de assistente operacional</p> <p>Trabalhadores de carreiras especiais</p>
<b>REGIME DE FORMAÇÃO</b>	Presencial / E-Learning
<b>OBJETIVOS GERAIS</b>	Desenvolver visão estratégica para o planeamento, gestão e implementação de uma estratégia integrada de <i>marketing</i> digital de forma eficiente e eficaz.
<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Identificar e reconhecer os principais conceitos do Marketing e suas aplicações e diferenças com o Marketing Digital</li> <li>– Identificar e utilizar as diversas ferramentas das redes sociais</li> <li>– Identificar um plano estratégico, seus conceitos e composição</li> <li>– Criar um plano estratégico para as redes sociais</li> </ul>

### PROGRAMA DO CURSO

1. Marketing e Marketing Digital: diferenças e aproximações
2. Planeamento Estratégico e as Redes Sociais: características e diferenças
3. Desenvolvimento de um Plano Estratégico para as Redes Sociais