

FICHA SÍNTESE DE CURSO

DESIGNAÇÃO DO CURSO	2 GESTÃO DE REDES SOCIAIS
ÁREA ESTRATÉGICA	Interesse e Serviço Público
ÁREA TEMÁTICA	Comunicação, Informação e Marketing
DURAÇÃO	12 horas
DESTINATÁRIOS/ CONDIÇÕES DE ACESSO	<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>
REGIME DE FORMAÇÃO	Presencial / E-Learning
OBJETIVOS GERAIS	<p>Conhecer, comparar e aplicar recursos das redes sociais para a implementação de estratégias e campanhas de marketing, no âmbito da AP.</p>
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	<ul style="list-style-type: none"> – Identificar os conceitos básicos do Marketing Digital: Search Engine Optimization (SEO); Search Engine Marketing (SEM); Social Media Marketing, Community Management; Branded Content – Utilizar recursos das redes sociais, nomeadamente: <i>Facebook, Instagram, Youtube e LinkedIn</i> – Construir estratégias de utilização das redes sociais visando a ampliação da visibilidade e engajamento

PROGRAMA DO CURSO

1. Conceitos básicos para a Gestão de Redes Sociais
2. A prática nas principais Redes Sociais
3. As estratégias de trabalho nas Redes Sociais