

## Marketing nas Redes Sociais

Social Media Marketing (SMM), ou marketing em media social, é a área de web marketing responsável pelas estratégias e técnicas que envolvem a utilização de redes sociais, para a comunicação de marcas, relacionamento com clientes, acções virais, entre outras. Esta vertente do Web Marketing está focada no comprometimento com uma determinada comunidade, privilegiando a interação com o público-alvo e a relevância da informação disponibilizada, que promove, por sua vez, a partilha e o reenvio da mesma de forma exponencial pela audiência.



**Duração: 12 Horas**

### Objectivos Gerais

Este curso pretende dotar os participantes de competências apropriadas e conhecimento das ferramentas para desenvolver uma estratégia apropriada de promoção e divulgação de marketing nas redes sociais.

### Objectivos Específicos

No final da acção os participantes deverão estar aptos a: conhecer as principais redes sociais e sua aplicabilidade, características e utilidades; conhecer as diferenças entre marketing Web 2.0 e Web 1.0; desenvolver e implementar estratégias adequadas de marketing; desenvolver estratégias de conteúdo; aplicar o uso das redes sociais como ferramentas marketing; conhecer métricas para avaliação de resultados; estudo de casos e implementação prática.

### Destinatários/Pré-Requisitos

Activos interessados em conhecer as ferramentas de redes sociais e profissionais que, pela inerência das suas funções, necessite conhecer ou divulgar informação através da Internet, nomeadamente Redes Sociais.

### Conteúdos Programáticos

#### Módulo 1 –FACEBOOK MARKETING

- Páginas, Grupos e Perfis
- a) Características
- b) Funções
- Gestão de Páginas
- a) Personalização
- b) Configuração
- c) Gestão
- Publicidade
- a) Criação de anúncios
- b) Gestão de públicos-alvo
- c) Criação de botões de promoção

#### Módulo 2 – YOUTUBE MARKETING

- A Rede
- a)Introdução (Origem, Dimensão, Tipologia, Filosofia)
- b)Estrutura (Home, Canal, Uploads, Favoritos)
- c)Networking (Amigos, Subscritores)
- Gestão
- a)Personalização
- b)Interacção (Respostas Texto, Respostas Vídeo, Comentários, Avaliações)
- c)Conteúdos (Listas de Reprodução, Incorporação)

#### Módulo 3 – TWITTER MARKETING

- A Rede
- a)Introdução (Origem, Dimensão, Tipologia, Filosofia)
- b)Estrutura (Timeline, Perfil)
- c)Networking (Followers, Following)
- Gestão
- a)Personalização
- b)Interacção (Tweets, Retweets, Reply, Favoritos, Short Links)
- c)Trends (HashTags)
- 3.Publicidade

#### Módulo 4 – GESTÃO INTEGRADA

- Gestão centralizada de Conteúdos
- .Integração entre redes sociais

#### Módulo 5 –SOCIAL MEDIA ANALYTICS

- Métricas a Observar
- Técnicas de Análise
- Exemplos de Ferramentas
-