

FICHA SÍNTESE DE CURSO

DESIGNAÇÃO DO CURSO	1 Estratégia de Marketing nas Redes Sociais
ÁREA ESTRATÉGICA	Interesse e Serviço Público
ÁREA TEMÁTICA	Comunicação, Informação e Marketing
DURAÇÃO	9 horas (parte do percurso de Marketing Digital na AP)
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	E-Learning
OBJETIVOS GERAIS	Desenvolver visão estratégica para o planeamento, gestão e implementação de uma estratégia integrada de <i>marketing</i> digital de forma eficiente e eficaz.
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	<ul style="list-style-type: none"> – Identificar e reconhecer os principais conceitos do Marketing e suas aplicações e diferenças com o Marketing Digital – Identificar e utilizar as diversas ferramentas das redes sociais – Identificar um plano estratégico, seus conceitos e composição – Criar um plano estratégico para as redes sociais
PROGRAMA DO CURSO	<ol style="list-style-type: none"> 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