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 (parte do percurso de Marketing Digital na AP)
DESTINATÁRIOS/ CONDIÇÕES DE ACESSO	Dirigentes em cargos de direção superior Dirigentes em cargos de direção intermédia Trabalhadores da carreira geral de técnico superior Trabalhadores da carreira geral de assistente técnico Trabalhadores da carreira geral de assistente operacional Trabalhadores de carreiras especiais
REGIME DE FORMAÇÃO	E-Learning
OBJETIVOS GERAIS	Conhecer, comparar e aplicar recursos das redes sociais para a implementação de estratégias e campanhas de marketing, no âmbito da AP.
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	– 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: *Facebook, Instagram, Youtube e LinkedIn* – 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