instituto unicenter



Facebook e Social Media Marketing

Facebook e Social Media Marketing (444,00€)

Objetivo Geral

Este curso tem como objectivo dotar os participantes dos conhecimentos e técnicas que lhes permitam gerir redes sociais de forma profissional e eficaz, utilizando-as como uma ferramenta de gestão de marca e conversão de clientes.

Objetivos Específicos

• Identificar os objectivos de cada tipo de rede social e formato de anúncio.
• Seleccionar as Entrevistas/Abordagens adequadas a cada tipo de audiência.
• Definir os passos para a preparação de calendários editoriais e dados a obter.
• Conduzir campanhas de publicidade paga no Meta Business Suite.
• Organizar os documentos pós-campanha e analisar resultados de ROI.

Destinatários

Este curso destina-se a profissionais focados na gestão de comunidades e performance social.
Em particular:
• Social Media Managers: que necessitam de metodologias eficazes para avaliar o engagement.
• Gestores de Comunicação: que lideram equipas e asseguram a voz da marca nas redes.
• Diretores Comerciais: responsáveis pela integração de redes sociais no funil de vendas.

Perfil do formador

Ao aliarem a experiência prática de trabalho à formação que ministram, os formadores conjugam a “expertise” técnica com competências pedagógicas.
• Especialistas em redes sociais com experiência profissional relevante no setor.
• Licenciados ou pós-graduados em Comunicação e Marketing.
• Ampla experiência pedagógica e de transmissão de conhecimentos.

Programa (carga horária: 12h)

Módulo 1

Estratégia de Social Media

• Objectivos: Analisar Competências Sociais e Clarificar Dados do Público.
• Razões e Fundamentos da presença social.

Módulo 2

Gestão de comunidade e conteúdo

• Preparação: Local, Empresa e Comportamento a apresentar.
• Atitudes e Procedimentos no acolhimento de seguidores.

Módulo 3

Publicidade no Facebook e Instagram

• Tipos de Anúncio Publicado e selecção de objectivos de campanha.
• Dados a obter: Como investigar o comportamento do consumidor.

Módulo 4

Monitorização e métricas sociais

• Momentos da interacção: Inicial, Decurso e Encerramento.
• Perguntas a não esquecer sobre sucessos, triunfos e aspectos negativos.

Módulo 5

As redes sociais como instrumento de gestão

• Identificar potencialidades de venda e orientar os colaboradores.
• Coligir os Dados e apresentar resultados em relatórios de gestão.

Módulo 6

Boas práticas e erros a evitar

Módulo 7

Simulações práticas

instituto unicenter

Lisboa
R. Duque de Palmela 25 1º andar
1250-097 Lisboa

Telefone: (+351) 21 134 6028

Porto
R. de Nossa Sra. de Fátima 432
4050-426 Porto

Telefone: (+351) 22 608 3500