
OBJETIVOS

Dotar os formandos de conhecimentos e competências para a utilização de redes sociais, enquanto parte do plano estratégico de empresas/marcas.

No final do curso, o formando estará apto para formular estratégias nas redes sociais, desde a definição de objetivos e público-alvo, à escolha de redes sociais/agregadores adequados para alcançar objetivos previamente definidos.

DESTINATÁRIOS

Profissionais e estudantes de Marketing, Publicidade, Comunicação, Branding e Web Design.
Gestores de conteúdos online.

PRÉ-REQUISITOS

Conhecimentos gerais de navegação na Internet.

CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS

Da Web 1.0 para a Web 2.0

- › Diferenças
- › O que é a Web 2.0
- › Novo paradigma da comunicação

Social Networking

- › Diversidade das Redes Sociais
- › Redes Sociais horizontais e verticais
 - › Diferenças
 - › Objetivos de comunicação
- › As principais Redes Sociais
- › Plataformas de integração de Redes Sociais

Estratégia nas Redes Sociais

- › Definição de objetivos e metas
- › Estratégia dos 5Ts
- › Formas de atuar
- › Boas Práticas
- › Métricas e Indicadores de Retorno

Tendências emergentes