

---

### OBJETIVOS

Dotar os formandos de conhecimentos e competências para utilização do Twitter como uma ferramenta estratégica de comunicação.

No final do curso, o formando deverá ser capaz de identificar diferentes funções do Twitter e elaborar uma estratégia, tendo por base uma clara definição dos objetivos.

---

### DESTINATÁRIOS

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

---

### PRÉ-REQUISITOS

Conhecimentos gerais de navegação na Internet.  
Frequência do curso Fundamentos de Redes Sociais ou conhecimentos equivalentes.

---

### CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS

#### Introdução ao Twitter

- › Dados de utilização
- › Twitter: Microblogging ou Rede Social?
- › Twitter enquanto rede social e plataforma digital
- › Conceitos Gerais
- › Definição de objetivos e metas
- › Criação de uma conta no Twitter
- › Personalização de uma conta no Twitter
- › Integração com outras redes
- › Plataformas de integração: Hootsuite e Tweetdeck

#### Twitter como ferramenta de Marketing

- › Regras Básicas
- › Formas de atuar
- › Publicidade no twitter
- › Aplicações empresariais do Twitter

#### Integração do Twitter numa estratégia de web 2.0

- › Importância da integração
- › Formas de integração
- › Tendências de mercado

#### Ferramentas úteis

- › De pesquisa
- › De medição