

ÁREA DE FORMAÇÃO: REDES SOCIAIS

REDES SOCIAIS E MARKETING DE INFLUÊNCIA

DATA	HORÁRIO	DURAÇÃO	LOCAL
12/11/2024	14h/18h	12 horas	Online
13/11/2024	14h/18h		
14/11/2024	14h/18h		

OBJETIVO GERAL:

Avaliar o fenômeno da *Social Media* na evolução da relação entre as marcas e os consumidores.

Ter capacidade para construir, implementar, avaliar e priorizar estratégias de comunicação, utilizando a *Social Media* em integração com outras ferramentas do Marketing.

Entender o fenômeno do Marketing de Influência e a sua aplicabilidade na estratégia das marcas.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- ✓ Compreender o fenômeno digital e o enquadramento da Social Media;
 - ✓ Contruir uma estratégia nas redes sociais;
 - ✓ Enquadrar os Influenciadores e o Marketing de influência;
 - ✓ Construção de casos.
-

CONTEÚDOS

Tema	Carga horária	Conteúdos
Fase da evolução do marketing	2h	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Um novo mundo: <ul style="list-style-type: none"> ✓ A Sociedade da Informação; ✓ Insights. ➤ Um novo paradigma da comunicação <ul style="list-style-type: none"> ✓ Novas oportunidades para as marcas.
Marketing de Influência	2h	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Novas oportunidades para as pessoas - os Influenciadores: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Como escolher um Influenciador: <ul style="list-style-type: none"> • Alcance; • Ressonância; • Relevância. ✓ O briefing e acompanhamento do processo; ✓ Tipologias de Campanhas.
Framework	6h	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Processo <ul style="list-style-type: none"> ✓ Diagnóstico: <ul style="list-style-type: none"> • Externo; • Interno. ✓ Objetivos <ul style="list-style-type: none"> • Qualitativos; • Quantitativos. ✓ Modelo Organizativo: <ul style="list-style-type: none"> • “Disperso”; • Hierárquico. ✓ Community Manager: <ul style="list-style-type: none"> • Eixo de Comunicação; • Conteúdos; • Interação; • Regras. ✓ Gestão da Reputação / Crise: <ul style="list-style-type: none"> • Monitorização; • Métricas.

Apresentação e construção de casos	2h	<ul style="list-style-type: none">➤ Caso “Wakeboard Portugal”;➤ Caso “Electronic Arts”;➤ Caso “KFC”;➤ Caso “Snickers”;➤ Caso “Ryanair”.
------------------------------------	----	---

PREÇO ASSOCIADO: 190€+IVA

PREÇO NÃO ASSOCIADO: 250€+IVA

FORMADOR: NUNO ANTUNES

Nuno Antunes é licenciado Gestão pelo Instituto Superior de Economia e Gestão e é Pós-Graduado em Marketing e Negócios Internacionais pelo ISCTE Executive Education. Atualmente é Business Partner da Milford, agência de publicidade fundada em 2014.

É professor de Social Media, Influencers Marketing, Social CRM, Consumer Behaviour e Digital Marketing no ISCTE Executive Education e na Universidade Europeia. É formador na Academia APAN.

Iniciou a sua atividade profissional em 1996 no Departamento Internacional do Banco Nacional Ultramarino. Daí passou para a consultoria, onde esteve 4 anos, ingressando de seguida na Progloblo, a primeira empresa em Portugal a operar no ramo da Biometria.

Em 2002 ingressa na Proximity Portugal (Grupo BBDO), iniciando aí o seu percurso no mundo da publicidade. Depois de acumular responsabilidades nas áreas Digital, CRM e Ativação, assumiu no início de 2005 o cargo de Diretor Geral, função em que esteve durante cerca de 6 anos. Em 2012 é nomeado Diretor Geral da Havas Digital & Entertainment e em 2013 ingressa na J. Walter Thompson, como Diretor de Integração e Digital. Foi júri nos principais festivais de publicidade, com destaque para os Cannes Lions, El Ojo e Echo Awards.