

Este curso destina-se a todos aqueles que trabalham no terceiro sector e queiram saber mais sobre como uma boa estratégia de comunicação e marketing pode ajudar as organizações em que trabalham. Com este curso ficarão a saber como estruturar uma estratégia de marketing e comunicação, com as especificidades do terceiro sector, em geral, desenvolvendo em particular a estratégia digital.



DESTINATÁRIOS/AS

Profissionais das entidades da Rede Social de Cascais com funções chave na comunicação e marketing da sua entidade.

QUANDO E ONDE

Formação *online* com sessões síncronas e trabalho autónomo, num total de 24 horas.

1º Módulo (10h) - 15, 22 e 25 de fevereiro de 2022, das **9h30 às 12h30** (3 sessões de 3 horas + 1 hora de trabalho autónomo)

2º Módulo (14h) - 8, 11, 18 e 22 de março de 2022, das **9h30 às 12h30** (4 sessões de 3 horas + 2 horas de trabalho autónomo)

CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS

1º Módulo: Comunicação e marketing no terceiro sector

Porque são importantes a comunicação e o marketing nas organizações do terceiro sector. Os 4Ps+1P do marketing social, segundo Kotler. Construção de uma estratégia de marketing. Principais pontos a ter em conta: A aplicação dos objetivos SMART na preparação da estratégia de marketing; O que é uma análise SWOT e como utilizá-la para contruir uma estratégia de marketing; Criação de uma estratégia de marketing base.

2º Módulo - Comunicação e marketing digital

O mundo digital: o consumidor e os seus hábitos, factos e números (breve enquadramento).

Fundamentos para uma boa estratégia de comunicação digital:

- Os diversos suportes/canais
- Sites/Blogues
- Redes Sociais

O SEO – Search Engine Optimization:

- Tipos de resultados na pesquisa natural e paga
- A importância das palavras-chave e a lógica da pesquisa

- Pesquisar e seleccionar palavras-chave nas ferramentas *Keyword Tool* e *Google Trends*

Os sites:

- Estratégia de conteúdos
- Conteúdos
- *As landing pages*
- *Do's and Don'ts*

As redes sociais:

- Conteúdos
- Como gerir as principais redes sociais: Facebook, Instagram e Twitter
- *Do's and Don'ts*

Newsletters e email marketing:

- Conteúdos
- Bases de dados
- *Do's and Don'ts*

A importância de medir:

- Introdução ao Google Analytics
- Outras ferramentas de Web Analytics
- Métricas e respetiva interpretação dos resultados obtidos com as campanhas

Análise e discussão de exemplos

OBJETIVOS

- Compreender a importância da comunicação e do marketing para as entidades do terceiro sector
- Saber os fundamentos da comunicação e marketing nas entidades do terceiro sector
- Saber os pontos essenciais para a construção de um plano de marketing, em geral, e de um plano de marketing digital
- Perceber a diferença entre os média tradicionais e os novos média e a sua influência na atual forma de comunicar

METODOLOGIAS DE FORMAÇÃO E AVALIAÇÃO

Expositivo (exposição participada), Interrogativo, Participativo.

COMPARTICIPAÇÃO

Formação **Gratuita**.

CRITÉRIOS DE SELECÇÃO

- a. Ordem de chegada da inscrição
- b. Relevância do papel do profissional na comunicação e marketing da sua organização
- c. Diversidade de Organizações da Rede Social, de forma a abranger um maior número possível
- d. Assegurar representatividade equitativa de mulheres e homens

CERTIFICADO DE FORMAÇÃO / PARTICIPAÇÃO

Frequência obrigatória de, pelo menos, 80% do total da duração da ação.

INSCRIÇÕES E OUTRAS INFORMAÇÕES

As inscrições são limitadas e decorrem até ao próximo dia 7 de fevereiro.

Inscrição através do preenchimento do questionário: <https://forms.gle/XHPiRfp6onnCGDg47>

Acesso à plataforma Zoom e Google Classroom (da responsabilidade da formadora).

Qualquer questão adicional enviar para: redesocial.formacao@cm-cascais.pt

FORMADORA

Ana Pinto Martinho é a editora do European Journalism Observatory em português, ensina Redes Sociais Online, Jornalismo de Dados, Media Training e Storytelling, no ISCTE – IUL, e Web Copywriting, no Executive Master em Digital Marketing, Universidade Europeia. É ainda investigadora do OberCom e assistente de investigação do CIES-IUL. Dedicar-se também à formação no Cenjor – Centro Protocolar de Formação para Jornalistas, onde ministra formação nas áreas do jornalismo de dados, do multimédia e da gestão das redes sociais, na Direção-Geral da Qualificação dos Trabalhadores em Funções Públicas – INA, onde é responsável pelo curso de Técnicas de Redação Online, e na Escrever Escrever. Atualmente está a trabalhar no seu doutoramento, em Ciências da Comunicação, no ISCTE, é investigadora do Obercom – Observatório da Comunicação e investigadora assistente do CIES-IUL. Tem um Mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação (ISCTE) e uma Licenciatura em Comunicação Social (UBI). Coach de executivos desde 2000 (BMS, Banco Cetelem, L'Oréal, Grupo Hubel, Solvay, Balbino & Faustino). Coach certificada (Linkup Coaching – Centre Européen de Formation au Coaching Professionnel, Paris, 2018). Coach especializada na preparação mental de atletas (Linkup Coaching – Centre Européen de Formation au Coaching Professionnel, Paris, 2019).