

## ÁREA DE FORMAÇÃO: REDES SOCIAIS

---

### REDES SOCIAIS E MARKETING DE INFLUÊNCIA

---

DATA	HORÁRIO	DURAÇÃO	LOCAL
24/05/2023	9h/13h	12 horas	Online
25/05/2023	9h/13h		
26/05/2023	9h/13h		

---

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

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

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.