L’AKADÉMIE DU DIGITAL · PROGRAMA DE FORMAÇÃO Certificação Qualiopi em preparação

Redes Sociais e Estratégia de Conteúdo

FOR-MKT-M3-A · Marketing Digital e Comunicação

Construir uma presença social e uma linha editorial que envolvam

DURAÇÃO
7 h

PREÇO
450 € s/ IVA

PÚBLICO
Empresas e particulares

PRAZO DE ACESSO
Acesso em 2 dias úteis após validação da necessidade e dos pré-requisitos.

Preços indicados «a partir de», excluindo orçamento específico e promoções. Preços sem IVA, a partir de 2 participantes. IVA a 20 %.

Objetivos pedagógicos

- Compreender o ecossistema das redes sociais e as especificidades de cada plataforma
- Escolher as plataformas pertinentes consoante o público-alvo e os objetivos
- Definir uma linha editorial e uma estratégia de conteúdo coerentes
- Conceber um calendário editorial e adaptar as mensagens por formato e por plataforma
- Compreender as alavancas de envolvimento, a noção de comunidade e as bases da publicidade social
- Medir o desempenho (KPI sociais) e ajustar a sua estratégia

Público-alvo

- Empreendedores, trabalhadores independentes, responsáveis de marketing/comunicação
- Community managers principiantes ou em início de funções
- Qualquer pessoa responsável pela presença social de uma organização

Pré-requisitos

- Saber utilizar um computador, um navegador web e as redes sociais.
- Conhecer os fundamentos do marketing digital (módulo 5.1 aconselhado).
- Gerir ou desejar gerir a presença social de uma organização (uma mais-valia).
- Não é exigida nenhuma competência técnica avançada.

Programa

TEORIA Módulo Teórico — Redes sociais e estratégia de conteúdo

Este módulo apresenta um panorama das plataformas (LinkedIn, Instagram, TikTok, Facebook, YouTube, X…) — utilizações, audiências, códigos e formatos — e explica como escolhê-las consoante o público-alvo e os objetivos (notoriedade, envolvimento, conversão). Detalha a linha editorial (posicionamento, tom, pilares de conteúdo, formatos), o calendário editorial (planeamento, ritmo, adaptação por plataforma), as alavancas de envolvimento e de comunidade, as bases da publicidade social (formatos, segmentação, orçamento) e a medição (KPI sociais). A produção de conteúdo assistida por IA é referida e remetida para o módulo dedicado.

Objetivo : saber escolher as suas plataformas, definir uma linha editorial e gerir uma estratégia de conteúdo social coerente.

- Panorama atualizado das plataformas e dos seus códigos.
- Método de linha editorial e de calendário editorial.
- Alavancas de envolvimento, publicidade social e KPI.

Avaliação : Questionário de escolha múltipla sobre as plataformas e as noções, exercício de escolha de plataformas consoante um objetivo.

Acolhimento e apresentação	15 min	Apresentar o programa, os objetivos e o desenrolar. Apresentação oral, suporte visual (diapositivos), ronda de apresentações.	
Panorama das plataformas	55 min	LinkedIn, Instagram, TikTok, Facebook, YouTube, X: utilizações, audiências, códigos, formatos. Exposição ilustrada, exemplos, panorama (ilustrativo).	Perguntas orais; questionário de escolha múltipla sobre as plataformas.
Escolher as suas plataformas	40 min	Seleção consoante o público-alvo e os objetivos (notoriedade, envolvimento, conversão). Exposição, matriz plataformas/objetivos, debate.	Exercício de escolha de plataformas.
Linha editorial e formatos	45 min	Posicionamento, tom, pilares de conteúdo, formatos (publicação, vídeo curto, carrossel, story). Exposição, exemplos de linhas editoriais, oficinas rápidas.	Questionário de escolha múltipla sobre a linha editorial.
Calendário, envolvimento e medição	40 min	Calendário editorial, alavancas de envolvimento, publicidade social, KPI sociais. Exposição, exemplos de calendários, noções de social ads.	Questionário de escolha múltipla sobre o calendário e os KPI.
Síntese	10 min	Resumir os pontos-chave e preparar a oficina. Resumo, feedback dos participantes.	Questionário rápido de escolha múltipla no final do módulo.

OFICINA **Oficina Prática — Construir a sua estratégia de redes sociais**

A partir de um caso condutor ou de um projeto real, os participantes definem o público-alvo, os objetivos e as plataformas prioritárias, elaboram a sua linha editorial (posicionamento, tom, pilares de conteúdo), concebem um calendário editorial e adaptam alguns conteúdos-tipo por plataforma e escolhem depois os seus KPI e um ritual de acompanhamento.

Objetivo : sair com uma linha editorial, um calendário editorial, exemplos de conteúdos e um conjunto de KPI.

- Possibilidade de trabalhar sobre o projeto real do participante.
- Produção de uma linha editorial e de um calendário editorial.
- Adaptação de conteúdos-tipo por plataforma.
- Escolha dos KPI e de um ritual de acompanhamento.

Avaliação : produção dos entregáveis (linha editorial, calendário editorial, exemplos de conteúdos, KPI), apresentação oral curta e revisão coletiva.

Início da oficina	15 min	Apresentar o objetivo e escolher o seu caso (real ou condutor). Apresentação, constituição dos grupos.	
Público-alvo, objetivos e plataformas	40 min	Definir público-alvo, objetivos e plataformas prioritárias. Trabalho prático guiado, matriz de escolha, acompanhamento.	Entregável: escolha de plataformas.
Linha editorial	55 min	Definir posicionamento, tom e pilares de conteúdo. Trabalho prático, modelo de linha editorial, exemplos.	Entregável: linha editorial.
Calendário e conteúdos	50 min	Conceber um calendário e adaptar conteúdos-tipo. Trabalho prático, modelo de calendário, adaptação por plataforma.	Entregáveis: calendário + conteúdos.
KPI, acompanhamento e apresentação de resultados	20 min	Escolher os KPI, um ritual de acompanhamento e apresentar. Seleção de KPI, apresentações curtas, feedback.	Avaliação sumativa: estratégia social + questionário final de escolha múltipla.
Inquérito de satisfação	10 min	Recolher a satisfação a quente. Questionário de satisfação.	Inquérito de satisfação.

Modalidades e meios pedagógicos

Formação presencial nas nossas instalações ou nas suas, em grupo reduzido. Alternância de contributos teóricos, oficinas práticas e simulações.

Material necessário :

8 GB de RAM

Modalidades de avaliação

Avaliação das aprendizagens durante e no final da formação; certificado de conclusão entregue a cada formando.

Acessibilidade

Formação acessível a pessoas com deficiência. Contacte-nos antes da inscrição para estudarmos as adaptações necessárias.

Financiamento

Orçamento ou convenção de formação a pedido. A certificação Qualiopi está em preparação: a elegibilidade para financiamentos OPCO será aberta após a sua obtenção.

Auditoria de certificação prevista para T1 2027. Sem elegibilidade OPCO antes da sua obtenção.