

CURSO PRESENCIAL

**PLANEJAMENTO E GESTÃO DE MÍDIAS SOCIAIS PARA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA:
Configurações práticas para aperfeiçoar o uso das ferramentas Facebook e Instagram**

Datas: 27 e 28 de maio de 2024.

Local: Royal Jardins Boutique Hotel – Alameda Jaú, 729 – bairro Jardim Paulista – São Paulo/SP.

Horários: 1º dia: das 9h às 12h e das 13h30 às 17h30; 2º dia: das 9h às 12h.

Solicitação: Por gentileza, solicitamos também a divulgação deste curso para os prestadores de serviços terceirizados, para sua qualificação.

Objetivos do curso:

- Entender a dinâmica das mídias sociais e seu papel nas relações entre gestores e população. Conhecer na prática as melhores formas e técnicas para humanizar e gerar conteúdos relevantes.
- Perceber as diferentes formas e formatos de comunicar, além de conhecer as ferramentas para atingir os melhores resultados.
- Trabalhar com estratégia a comunicação do gestor, garantindo que aconteça uma conexão real e social.

Considerações importantes: Para acompanhar a dinâmica veloz das mídias sociais, a maioria das prefeituras, câmaras municipais, estaduais e até mesmo vereadores e deputados procuram enxergar as possibilidades e os ganhos que podem surgir a partir de uma atuação bem desenvolvida nesses canais. Da mesma forma, precisamos avaliar e perceber de que forma o uso das mídias sociais tem um grande potencial de alcance e de aproximação com o cidadão, como um novo canal de comunicação crucial para o desenvolvimento de uma nova etapa de humanização das relações de troca de informação.

A quem o curso é dirigido: Gestores públicos, assessores, administradores, gestores de comunicação de áreas relacionadas a política.

Prazo de inscrições e informações sobre o curso: As inscrições poderão ser realizadas até o dia **13 de maio**, através do site www.iem.inf.br. Vagas limitadas à capacidade da sala, respeitando os protocolos de distanciamento. Detalhes sobre o curso podem ser obtidos por telefone (51) 3778-1188 ou e-mail cursos@estudosmunicipais.com.br. Receberão certificados os participantes que tiverem a frequência mínima de 70%.

No caso de **haver cancelamento do curso presencial**, decorrente de **disposição de autoridade pública**, diretamente ao IEM ou por medida restritiva às atividades em geral, ao inscrito **será assegurada a participação no curso em formato EAD**, por videoconferência, mantendo palestrante e carga-horária, sem prejuízo aos participantes. Ocorrendo a reprogramação de data ou cancelamento de curso pelos motivos dispostos na cláusula anterior, **o IEM não se responsabiliza pelo ressarcimento de qualquer valor aplicado na aquisição de passagem aérea ou terrestre, reserva de hotel ou outras aplicadas pelo inscrito.**

Demais informações e condições no termo de aceite, vinculado à inscrição no site do IEM.

Investimento

QUANTIDADE DE PARTICIPANTES POR ÓRGÃO/EMPRESA	PAGAMENTO ATÉ 29/04/2024	PAGAMENTO APÓS 29/04/2024	Valor correspondente ao curso. NÃO estão incluídas parcelas de alimentação, hospedagem, traslados e outras que se façam necessárias a participação no evento.
1 participante	R\$ 1.400,00 por pessoa	R\$ 1.550,00 por pessoa	
2 participantes	R\$ 1.350,00 por pessoa	R\$ 1.500,00 por pessoa	
3 participantes	R\$ 1.300,00 por pessoa	R\$ 1.450,00 por pessoa	
4 participantes ou mais	R\$ 1.250,00 por pessoa	R\$ 1.400,00 por pessoa	

* Sua inscrição só será confirmada mediante pagamento ou envio antecipado do empenho.

Inscriva-se em: www.iem.inf.br, VAGAS LIMITADAS!

PAUTA DO CURSO

PLANEJAMENTO E GESTÃO DE MÍDIAS SOCIAIS PARA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA: Configurações práticas para aperfeiçoar o uso das ferramentas Facebook e Instagram

1. Contextualizando o cenário da internet e das mídias sociais no Brasil;
2. Mídias sociais e humanização das relações nas organizações – importância;
3. O papel das mídias sociais na sociedade;
4. Diferenciação de gerações e seu papel no uso das mídias – diferentes públicos, diferentes linguagens, diferentes mídias;
5. Reconhecimento e como gerar autoridade para ser um influenciador digital dentro da gestão pública;
6. Redes sociais online como canais de comunicação;
7. Planejamento como base para a geração de valor e personalidade;
8. Facebook: Geração de conteúdo, boas práticas e engajamento. A importância do vídeo na transferência de informação, uso de recursos da live e postagens dinâmicas;
9. Instagram: Quando e como utilizar? Base de uma estratégia de comunicação efetiva;
10. WhatsApp: Como o principal meio de troca de mensagens do brasileiro pode e deve entrar na comunicação social;
11. Tiktok e novos formatos de vídeo: como entregar conteúdos diferentes;
12. Mídia social como ferramenta de pesquisa e coleta de dados estratégicos;
13. Google trends: Antecipando tendências;
14. Quatro motivos para o gestor estar na rede social: Diálogo, antecipação de crise, menos burocracia, pesquisa;
15. Como planejar e executar uma campanha eficiente nas mídias sociais?
16. Planejamento estratégico: O que é e porque faremos?
17. Planejamento tático: Como faremos? Definindo objetivos primários e Secundários;
18. Planejamento operacional: colocando as estratégias na prática.
19. Gerenciamento de equipe e integração com os demais setores.

Ministrante:

Diana Haas. Jornalista, Publicitária, Especialista em Marketing Estratégico. Com 14 anos de atuação no mercado digital a frente da Agência, foi responsável pelo planejamento e execução de projetos para marcas como Cia Zaffari, Samsung, Nestlé, Rio 2016, GM, Toyota, Coliseu Joalheria, Poker Esportes, dentre outras de diversos segmentos e portes. Compõe o corpo, como professora da disciplina de Marketing Digital da Universidade do Rio dos Sinos – Unisinos para a Pós-Graduação em Marketing Estratégico, na escola de Negócios e Inovação. Palestrante e consultora de cursos na área de Social Media em diversos eventos no Brasil.