

**PROCESSO nº 10/2020**

PROCEDÊNCIA: PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO, PESQUISA, EXTENSÃO E CULTURA.

ASSUNTO: CURSO DE EXTENSÃO MÍDIAS DIGITAIS - SEJA UM EXPERT EM REDES SOCIAIS.

PARECER nº 06/2020**DATA: 19/02/2020**

1 HISTÓRICO

A Pró-Reitoria de Pós-Graduação, Pesquisa, Extensão e Cultura protocolou junto ao Conselho Universitário - CONSUNI, do Centro Universitário de Brusque - UNIFEBE, para análise e deliberação, o Curso de Extensão Mídias Digitais - Seja um Expert em Redes Sociais.

2 ANÁLISE

2.1. Projeto anexo.

3 PARECER

Diante do exposto na análise, o Conselho Universitário - CONSUNI do Centro Universitário de Brusque - UNIFEBE, deliberou:

APROVAR o Curso de Extensão Mídias Digitais - Seja um Expert em Redes Sociais.

Brusque, 19 de fevereiro de 2020.

Rosemari Glatz (Presidente) _____

Sergio Rubens Fantini _____

Edinéia Pereira da Silva Betta _____

Sidnei Gripa _____

Jaison Homero de Oliveira Knoblauch _____

Roberto Heinzle _____

Márcia Maria Junkes _____

Ester da Silva Lima _____

Arthur Timm _____

Robson Zunino _____

Projeto de Extensão
Curso: Mídias Digitais - Seja um Expert em Redes Sociais

Identificação

Proponente: Luana Franciele Fernandes Alves (Especialista)	
E-mail: luanaalves@unifebe.edu.br	Telefone: (47)99957-9222
Endereço Lattes: http://buscatextual.cnpq.br/buscatextual/visualizacv.do?id=K8220928P7	
Curso: Institucional	
Abrangência: Regional	Operacionalização: Permanente
Período: 09/05/2020 a 23/05/2020	Carga Horária: 12h00
Participantes: 15 a 25	Modalidade: Presencial
Certificação: Sim	Cerimonial: Não
Publicação jornalística: Não	
Investimento institucional: Sim	
Materiais: Nenhum.	
Equipamentos: Nenhum.	

Estruturação

Outros
Curso

Atividades

Tipo	Nome	Local	Data	Carga Horária	Certificação Antecipada (Mediadores)
Curso de Extensão	Mídias Digitais - Seja um Expert em Redes Sociais		09/05/2020 a 23/05/2020	12h00	Não

Mediador: Barbara Emanuely Andrade

1. Introdução

Mídia Digital é a comunicação feita através da Internet. Assim, banners em sites, anúncios pagos feito através do Facebook, comerciais que antecedem vídeos no Youtube, Links Patrocinados e Anúncios feitos no Instagram, são alguns dos exemplos de Mídia Digital.

Gerar conteúdos para páginas, blogs e sites também fazem parte da Mídia Digital. Essa forma de trabalho de gerar conteúdo, tem como principal função em criar um relacionamento com os usuários, principalmente quando falamos de redes sociais.

Não é mais novidade que as redes sociais ganharam espaço na vida das pessoas, e para o profissional ter mais destaque ou mais resultados nesse meio, apenas estar presente nelas não é suficiente. É necessário explorar de maneira eficiente e estratégica todos os seus recursos disponíveis.

Este curso foi desenvolvido para apresentar as principais redes sociais ativas no Brasil e como usá-las para alcançar bons resultados.

2. Justificativa

O brasileiro passa em média de 8 a 12 horas por dia conectado na internet e 70% deste tempo é acessando redes sociais. Além disso, 96,2% das empresas estão presentes nas redes sociais. Uma pesquisa recente feita pelo LinkedIn, apresenta um ranking de 15 profissões em alta para 2020 e o gestor de redes sociais ocupa a primeira posição.

A falta de conhecimento é um dos fatores que mais impediu que empresas estivessem presentes nas redes sociais. Outros motivos mais citados foram a falta de equipe para gerenciar e a falta de tempo para gestão. (Social Media Trends 2019).

Entender a importância e acompanhar essa mudança no comportamento do consumidor nas redes sociais e principalmente o funcionamento de cada rede social é indispensável para garantir uma boa performance online, além de proporcionar grandes oportunidades no mercado de trabalho.

3. Palavras-chave

Redes Sociais. Resultados. Marketing Digital.

4. Objetivos

4.1. Objetivo geral

Oportunizar aos participantes uma gestão eficaz das redes sociais.

4.2. Objetivos específicos

- Desenvolver competências que permitam aos participantes terem acesso a oportunidades de trabalho na área de marketing digital direcionado para redes sociais;
- Conhecer os recursos disponíveis em cada rede social e a gestão diária das ferramentas para promover maiores resultados online;
- Aprender técnicas e estratégias de posicionamento que contribuem para a performance desses resultados;
- Aprender e aplicar os três pilares fundamentais para o sucesso da gestão de uma rede social, que são eles: Objetivo, Persona e Planejamento Estratégico.

5. Parceiros (opcional)

6. Metodologia

Explorar o conceito das redes sociais e seu papel no ambiente digital;
Acompanhamento das principais tendências para serem aplicadas em 2020;
Aprender a analisar métricas importantes nas redes sociais;
Conhecimento e criação prática de personas;
Planejamento de conteúdo estratégico e apresentação de ferramentas para gestão;
Aplicação imediata de dicas e estratégias nas redes sociais que os próprios alunos estiverem presentes.

6.1. Cronograma

Data/horário	Atividade
09/05/2020 das 8h às 12h	I - Redes Sociais Conhecer as redes sociais mais usadas no Brasil: Facebook, What's App, Youtube, Instagram, LinkedIn, Twitter, Pinterest, Tik Tok e aprender a: <ul style="list-style-type: none">• Criar um perfil qualificado e completo;• As principais funcionalidades de cada rede;• Identificar as principais estatísticas e métricas de cada rede;• Identidade visual;• Os recursos disponíveis em cada rede social;• Qual o tipo de conteúdo compartilhar em cada rede social;• Boas práticas de utilização.
16/05/2020 das 8h às 12h	II - Persona Técnicas para identificar e criar a persona e como se comunicar com elas nas redes sociais.
23/05/2020 das 8h às 12h	III - Planejamento estratégico Como criar um planejamento de ação que envolva: criação de conteúdo, cronograma de atividades, campanhas, relatórios e ferramentas essenciais para gestão de processos.

6.2. Comissão organizadora (opcional)

7. Referências

- Adolpho, Conrado. Os 8Ps do marketing digital. O guia estratégico de marketing digital. Ed. Novatec, SP, 2011.
- Brender, Arthur. Personal Branding. Construindo sua marca pessoal. Ed. Integrare, SP, 2009.
- Gonçalves, Lilian S. Neuromarketing aplicado à redação publicitária. Descubra como atingir o subconsciente de seu consumidor. SP, 2013.
- Larrosa, Luciano. Facebook para Negócios. Como vender através da maior rede social do mundo. Ed. DVS, SP, 2018.
- Lindstron, Martin. A lógica do consumo. Verdades e mentiras sobre por que compramos. Ed. Harper Collins, RJ, 2016.
- Kotler, Philip. Marketing 4.0. Do tradicional ao digital. Ed. Sextante, RJ, 2017.
- Kotler, Philip. Os 10 pecados mortais do marketing. Ed. Sextante, RJ, 2019.

