

**Marketing e Comunicação nas IPSS****ENTRAJUDA-FORMA Modular****Descrição**

Proporcionar uma visão geral sobre a importância estratégica que o Marketing e a Comunicação têm no sucesso de qualquer IPSS, no aumento da sua produtividade e na melhoria contínua dos seus serviços e também na criação de uma imagem forte e positiva junto dos seus principais públicos-alvo.

**A quem se destina**

Dirigentes e outros quadros de organizações da economia social.

**Data:** 17, 18, 19, 20 e 21 Abril 23

**Taxa de Inscrição:**

**Horário:** 14h30-17h30 (15 horas no total)

**35 EUR por participante**

**Local:** *Online* via Plataforma ZOOM

**FORMADOR**

ANTÓNIO CARDOSO

**OBJECTIVOS PEDAGÓGICOS ESPECÍFICOS**

- Explicar em linhas gerais o que é o Marketing e a Comunicação, a sua importância estratégica para o sucesso da Instituição e de que maneira podem ajudar à melhoria contínua das IPSS.
- Avaliar a crescente importância das relações com os Media e das redes sociais na estratégia de comunicação em todas as IPSS.

**APLICAÇÕES PRÁTICAS**

- Monitorizar e avaliar a implementação das políticas de marketing e comunicação na sua organização.
- Criar um plano de marketing e comunicação e definir quais as ferramentas a utilizar em cada IPSS
- Monitorizar e avaliar os resultados do plano de marketing e comunicação

**METODOLOGIA**

Utilização dos métodos expositivos, interrogativo e ativo. Pedagogia ativa centrada nos participantes e nas suas experiências.

**MODELO DE ENSINO**

À distância – Sessões Síncronas

**RECURSOS PEDAGÓGICOS**

Computador ou dispositivo móvel com áudio, câmara vídeo e acesso à internet, que permita a utilização da plataforma Zoom; Apresentação/Manual e exercícios.

**CONTEÚDO PROGRAMÁTICO**

- Importância estratégica do Marketing e Comunicação nas IPSS
  - Marketing e Comunicação como instrumentos de Gestão
  - Tipos de Comunicação
- Imagem e Posicionamento
  - Auto-imagem, imagem intencional e imagem pública
- Mix de Comunicação
  - Relações com os media
  - Importância crescente do Marketing e comunicação digital
  - Redes sociais
  - Comunicação de crise
- Plano de Marketing e Comunicação
  - Criação de um plano de Marketing e Comunicação
  - Monitorização e avaliação dos resultados dos Planos de Marketing e Comunicação

**CRITÉRIOS E METODOLOGIA DE AVALIAÇÃO**

**AVALIAÇÃO INICIAL:** Através da análise do perfil dos formandos.

**AVALIAÇÃO DA SATISFAÇÃO DO FORMANDO:** Realizada através de um questionário de apreciação, onde os formandos poderão indicar opiniões, reclamações e sugestões de melhoria.

**AVALIAÇÃO FINAL:** Através de resposta a um teste de conhecimento.

**MODALIDADE DE FORMAÇÃO**

Formação de atualização/aperfeiçoamento