

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: 21, 23, 24, 28 e 30 Nov 23

Horário: 09h30-12h30 (15 horas no total)

Taxa de Inscrição:

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