

## 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.

Datas: Ed1: 28 e 31Jan, 03,07 e 09 Fev 22 Horário: 10h00-13h00

Datas: Ed2: 03,04,07,09 e 10 Mar 22 Horário: 14h30-17h30

Datas: Ed3: 16,18,21,2 e 25,29 Mar 22 Horário: 10h00-13h00

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

## LOCAL FORMAÇÃO

Formação online

## 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.

## MODALIDADE DE FORMAÇÃO

Formação de atualização/aperfeiçoamento

## 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.