

Planos e Campanhas de Comunicação – Venda Não Presencial

Emprego + Digital - UFCD 9217

www.dual.pt



Objetivos

Este curso permitirá a cada um dos participantes:

- Interpretar e aplicar normas e regulamentos da publicidade e promoção por telefone e outros meios digitais (email, sms, etc.);
- Identificar os objetivos e estratégias das campanhas promocionais através de meios interativos e digitais;
- Aplicar técnicas de promoção de vendas através de meios interativos e digitais;
- Aplicar técnicas e instrumentos de avaliação de campanhas promocionais.

Destinatários

• Esta formação destina-se a **trabalhadores por conta de outrem da zona do Algarve** (exceto trabalhadores da Administração Pública), **com pelo menos o 9º ano de escolaridade**.

- São **destinatários prioritários** os trabalhadores que se encontrem numa das seguintes situações:
 - Que participem nos processos de transformação digital das empresas ou organizações do setor da economia social;
 - Que detenham baixos níveis de proficiência digital, nos termos do Quadro Dinâmico de Referência para Competência Digital (QDRC-D);
 - Que se encontrem em risco de desemprego, nomeadamente decorrente do impacto da introdução das tecnologias nos processos produtivos e de gestão das empresas, ou em situação de subemprego, com vista à sua reconversão profissional;
 - Do sexo sub-representado na profissão exercida, nos termos previstos no Código do Trabalho;
 - Trabalhadores de entidades empregadoras dos seguintes setores de atividade: Automóvel; Construção Civil; Elétrico e Eletrónico; Farmacêutico; Florestal e Transformador de Papel; Madeiras e Mobiliário; Mármore, Granito e Cerâmica; Médico e da saúde em geral; Moldes; Naval; Químico, Petroquímico e Refinação; Restauração e hotelaria; Tecnologias de Informação e Eletrónica; Agrícola; Economia do Mar; Comércio; Setor Social em geral.

Recursos/ Requisitos

- Os formandos deverão ter os seguintes equipamentos, para poderem frequentar a formação:
 - Computador com internet (utilizar preferencialmente o browser Chrome ou Firefox), web câmara e auriculares (ou colunas e microfone).

Metodologia

Este curso baseia-se em:

- Exposições de sínteses metodológicas;
- Análise de situações reais e casos concretos (exemplos de problemas vivenciados pelos participantes no seu dia-a-dia);
- Resolução de exercícios e casos práticos;
- Brainstorming.

Avaliação

- Avaliação contínua de participação em sessão, com realização de 2 testes escritos e/ou práticos.
- Para a conclusão com sucesso, é necessário um resultado positivo na avaliação e uma assiduidade mínima de 90% da duração total da UFCD.

Valor

- **Participação gratuita** (Formação financiada pelo IEFP e PRR – Plano de Recuperação e Resiliência).

Apoios aos Formandos

- Pagamento de subsídio de alimentação, no valor diário de 6,00€, caso o formando esteja presente em pelo menos 3 horas de formação diária;
- Seguro de acidentes pessoais;
- **Exceções:** Caso o formando se encontre a realizar a formação dentro do horário de trabalho, não tem direito ao subsídio de alimentação, nem ao seguro de acidentes pessoais, uma vez que estes devem ser assegurados pela entidade empregadora.

Duração e Local de Realização

- Duração: 50 horas

Regime de formação: B-learning (1ª sessão presencial, as restantes são online/ síncronas)

- Centro DUAL Portimão/ Plataforma de e-learning

Emprego + Digital - UFCD 9217

Planos e Campanhas de Comunicação – Venda Não Presencial

Conteúdos

Comunicação de marketing através de canais online:

- Planos de e-marketing e variáveis do e-marketing mix;
- Estratégias de comunicação;
- Marketing social;
- Redes sociais, suas características e vantagens na comunicação de e-marketing.

Normas e regulamentos da publicidade e promoção em meios interativos e digitais:

- Normas e regulamentos da comunicação comercial;
- Direitos e deveres dos e-consumidores;
- Obrigações legais em termos de informações e menções ao consumidor;
- Código ético de comunicação comercial.

Planos e campanhas de comunicação:

- Campanhas inbound e outbound em contexto business to consumer e business to business;
- Objetivos e estratégias das campanhas inbound e outbound;
- Técnicas de comunicação comercial.

Sistema de informação do serviço:

- Funcionalidades da plataforma de atendimento ao cliente e das operações de inbound (Voz, atendimento automático (IVR), email, fax, via postal, webchat e Instant messaging (IM)) e outbound (Voz, email, fax, webchat, Instant).

Messaging (IM) e SMS:

- Funcionalidades de consulta, extração e registo de dados;
- Funcionalidades de segurança da informação.

Duração: 50 horas