



Plano de estudos: Esportes, mídias sociais, mídia training

- ≡ **Objetivos**
- ≡ **Competências**
- ≡ **Bibliografia**
- ≡ **Critérios de participação e aprovação**

TEMARIO

- ≡ **Módulo 1. Principais fatores das mídias sociais**
- ≡ **Módulo 2. Gestão das mídias sociais**
- ≡ **Módulo 3. Media training social media training**
- ≡ **Módulo 4. Plano de mídias sociais esportivas**

Objetivos

O estabelecimento de objetivos permite que você tenha uma ideia completa do que está tentando alcançar ao final do processo de ensino e deste curso. Mas o propósito é ainda mais forte: indicamos o que você deve fazer para alcançar esse conhecimento, contribuindo nos objetivos do seu treinamento.

Para atingir esses objetivos, deve-se concluir o processo proposto pelas diferentes etapas do curso que é apresentado a você.

Trabalhando da maneira correta, você estará em posição de atingir os seguintes objetivos:

Objetivo geral

Gestão as novas tecnologias e media training nas organizações esportivas.

Objetivos específicos

- Compreender os usos de mídias sociais nos empreendimentos esportivos.
- Como planejar os objetivos de mídias sociais para instituições esportivas.
- Diferenciar as aplicações das principais redes sociais, de acordo com suas particularidades, para um planejamento e uso tático para instituições esportivas.

CONTINUAR

Competências

As habilidades que esperamos que você desenvolva com este curso são:

Habilidades genéricas

- **Trabalho em equipe e colaborativo:** capacidade de integração com seus companheiros para atingir os objetivos compartilhados e a sinergia de um grupo de alta performance.
- **Capacidade de análise/reflexão:** capacidade de examinar metodicamente os diferentes aspectos de uma realidade ou situação e fazer uma avaliação deles.
- **Criatividade/soluções inovadoras baseadas no conhecimento:** capacidade de fornecer novas soluções alternativas para problemas existentes com base no conhecimento formal.

Habilidade específica



Adquirir habilidades de gestão as redes sociais de organizações esportivas.

CONTINUAR

Bibliografía

Bibliografía

Kawasaki, G.; Fitzpatrick, P. (2014) The Art of Social Media: Power Tips for Power Users. Penguin.

Osterwalder, A.; Pigneur, Y. (2015) Diseñando la propuesta de valor: Cómo crear los productos y servicios que tus clientes están esperando. Planeta.

Ricaldoni, G. (2013) La pasión deportiva del marketing. Librofutbol.com

Rosner, S.; Shropshire, K. (2011) The Business of Sports (2.da.ed.). Amazon Digital.

Ross, T. (2014) Social Media Mastery. Amazon Digital Services.

CONTINUAR

Critérios de participação e aprovação

Critérios de participação

Durante o mês de curso, espera-se que o aluno:

- Explore os conteúdos de multimídia de cada um dos módulos que integram o curso.
- Realize as atividades propostas, em grupo ou individuais.
- Realize a prova final.

Critérios de aprovação

Para a aprovação do curso, é necessário que o aluno realize as quatro (4) atividades propostas no curso e passe o exame final.

O aluno deve obter uma pontuação final de 60% ou mais.

CONTINUAR

Módulo 1. Principais fatores das mídias sociais

Unidade 1.1 Mídias sociais como forma de comunicação

1.1.1 Informações, entretenimentos e socializações

1.1.2 Como chamar a atenção de um mundo tão conectado

1.1.3 Importância do conteúdo

1.1.4 Elementos que fazem com que compartilhem conteúdos

Unidade 1.2 Esporte e mídias sociais

1.2.1 Conteúdos emocionais

1.2.2 O verdadeiro papel dos fãs

1.2.3 Análise de público

1.2.4 Análise dos fatores de comunicação

CONTINUAR



Módulo 2. Gestão das mídias sociais

Unidade 2.1 Ferramentas básicas das mídias sociais

2.1.1 Facebook

2.1.2 Twitter

2.1.3 Instagram

2.1.4 YouTube

Unidade 2.2 Outras ferramentas das mídias sociais

2.2.1 Ferramentas de conteúdo visual

2.2.2 Ferramentas de vídeo e streaming

2.2.3 Storytelling

2.2.4 Posicionamento

CONTINUAR



Módulo 3. Media training social media training

Unidade 3.1 Media training

3.1.1 O papel dos meios. Características atuais

3.1.2 Como abordar os meios de maneira eficaz

3.1.3 Ferramentas para gestão da comunicação com os meios

3.1.4 Manual de estilo: como melhorar o desempenho frente as redes sociais

Unidade 3.2 Treinamento de mídias sociais

3.2.1 O papel das redes sociais. Meios tradicionais nas redes sociais

3.2.2 Como utilizar as redes sociais para uma comunicação eficaz

3.2.3 Como gerenciar as redes sociais e a comunicação através destes meios

3.2.4 Manual de estilo: como otimizar o desempenho frente as redes sociais

CONTINUAR



Módulo 4. Plano de mídias sociais esportivas

Unidade 4.1 Etapas para um plano de mídias sociais

4.1.1 Objetivos

4.1.2 Estratégia

4.1.3 Táticas

4.1.4 Ações

Unidade 4.2 Aplicação do plano para uma instituição esportiva

4.2.1 Como planejar objetivos de mídias sociais para uma instituição esportiva

4.2.2 Estratégias de mídias sociais aplicadas para os empreendimentos esportivos

4.2.3 Táticas sobre mídias sociais e esporte

4.2.4 Como planejar ações de mídias sociais em instituições esportivas