

# Plano de Curso

## Planejamento de atuação nas mídias sociais, parte I

### Dados básicos do curso

**Professor:** Gustavo Fleury

**Formação Acadêmica:** Jornalismo, pós-graduação em Marketing

**Currículo:** Jornalista graduado com especialização em Marketing Político, ex-Assessor de imprensa no Congresso Nacional com passagens também por TV Globo, TV Band. Diretor da Agência Guga Fleury – Comunicação e Marketing – [www.gugafleury.com.br](http://www.gugafleury.com.br).

É Professor com mais de 3 mil alunos já formados em seus cursos e também Escritor de 05 obras sobre a temática Marketing Político e Estratégias eleitorais, "Eleições 2006.Do factual ao virtual", "Eleições 2008.O Brasil e o Efeito Obama", "Eleições 2010.Fatos reais, estratégias eletrônicas e ações profanas", "Manual de Campanha Eleitoral - Vitórias em Construção" e "Uma ideia na cabeça e um celular na mão".

Como profissional da área, já participou diretamente de mais de 150 campanhas eleitorais e gestões de mandatos.

### Ementa:

Trazer informações e ferramentas importantes para quem precisa atuar nas mídias sociais seja em seu próprio nome ou de um outro (empresa, organização, instituição etc.). Esta é a finalidade deste curso que busca auxiliar no planejamento da atuação da comunicação com os interlocutores no universo digital, promovendo maior transparência, assertividade e diálogo.

**Foco:** Esse curso é voltado para todos aqueles que estão na web, comunicando, dialogando, interagindo, construindo informações em grupos.

**Ideia central:** O foco do curso é trazer informações importantes a respeito da comunicação direta com os cidadãos no universo digital

**Síntese:** Proporcionar mais ferramentas e conteúdos que possam facilitar a interação com as pessoas (emissor – mensagem – receptor

## Objetivos do Curso:

- Organizar e sistematizar o planejamento de comunicação, com foco na atuação nas mídias sociais
- Oportunizar ferramentas importantes para melhorar a comunicação, relacionamento e a compreensão do universo digital
- Melhorar a performance e imagem de quem atua no universo digital diante situações diversas, inclusive na gestão de crises off e online

## Temas do Curso:

- As redes (aula 01)
- Por quais motivos estar conectado? (aula 02)
- Conectado ou Presente? (aula 03)
- Um manual, a base de tudo (aula 04)
- Decifrando o personagem (aula 05)
- Público-alvo (aula 06)
- Canais (aula 07)

## Módulos do Curso:

- Planejamento de atuação nas mídias sociais, parte I
- Planejamento de atuação nas mídias sociais, parte II

## Público-alvo:

Esse curso é voltado para todos aqueles que necessitam se comunicar nas mídias sociais

## Referências para estudos e consulta:

Material Complementar – Planejamento de atuação nas mídias sociais, parte I

### Links

Redes Sociais

<https://www.todamateria.com.br/redes-sociais/>

A política da sociedade em rede — Manuel Castells

<https://medium.com/@jornalismoespm2017.1/a-pol%C3%ADtica-da-sociedade-em-rede-manuel-castells-6dbe70ac1948>

Sociedade em rede e cidadania

<https://ambitojuridico.com.br/cadernos/direito-constitucional/sociedade-em-rede-e-cidadania/>

Redes sociais, o que são e pra que servem

<https://neilpatel.com/br/blog/tudo-sobre-redes-sociais/>

Como construir sua presença digital com 4 dicas de especialistas

[https://pt.semrush.com/blog/como-construir-sua-presenca-digital/?kw=&cmp=BR\\_POR\\_SRCH\\_DSA\\_Blog\\_PT&label=dsa\\_pagefeed&Network=g&Device=c&utm\\_content=485541499897&kwid=dsa-897840244969&cmpid=9874598594&agpid=102029997244&BU=Core&extid=&adpos=&gclid=Cj0KCQiApsiBBhCKARIsAN8o\\_4hljHH5LNKjHzbzlrIQCVcH0qm9K0C7BElpvy-llwko3D5Zp12ZaxkaAvJCEALw\\_wcB](https://pt.semrush.com/blog/como-construir-sua-presenca-digital/?kw=&cmp=BR_POR_SRCH_DSA_Blog_PT&label=dsa_pagefeed&Network=g&Device=c&utm_content=485541499897&kwid=dsa-897840244969&cmpid=9874598594&agpid=102029997244&BU=Core&extid=&adpos=&gclid=Cj0KCQiApsiBBhCKARIsAN8o_4hljHH5LNKjHzbzlrIQCVcH0qm9K0C7BElpvy-llwko3D5Zp12ZaxkaAvJCEALw_wcB)

As 10 redes sociais mais usadas no Brasil

<https://resultadosdigitais.com.br/blog/redes-sociais-mais-usadas-no-brasil/>  
<http://leads2go.com.br/2020/05/05/10-redes-sociais-mais-usadas-brasil/>

Conteúdo social: 5 características que o público quer

<https://blog.edsoncaldasjr.com.br/conteudo-social-5-caracteristicas-que-o-publico-quer/>

### Livros

CASTELLS, Manuel. A Sociedade em Rede.

CASTELLS, Manuel. A Galáxia da internet.

CIALDINI, Robert. As Armas da Persuasão,

FLEURY, Gustavo. Uma ideia na cabeça e um celular na mão.

GOLDSMITH, Marshall O Efeito Gatilho,

HILL, Symon. A Arte de Influenciar Pessoas

MAFEI, Maristela. Assessoria de Imprensa – como se relacionar com a mídia.

.