



## REFERENCIAL DA AÇÃO DE FORMAÇÃO DIRIGIDA

Data	24 a 26 de novembro de 2021
Ação de formação	MARKETING PARA BIBLIOTECAS: PLANO DE MARKETING, COMUNICAÇÃO E REDES SOCIAIS
Área temática	Marketing, Comunicação e Imagem
Cód. Ref.	FCD13_21
Formador(a)	António Sá Santos
Nota Biográfica	<p>António Manuel Godinho de Sá Santos, licenciado em História pela Universidade dos Açores, em 1991. Em 1996 obtém o Curso de Especialização em Ciências Documentais pela Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa, na opção de Biblioteca e Documentação, obtendo em 2011 o grau de Mestre em Ciências da Documentação e da Informação com a dissertação: "Níveis de usabilidade em sites de Bibliotecas".</p>  <p>Extra-curricularmente frequentou ainda, no ISCTE, disciplinas de Marketing.</p> <p>Chefiou a secção de Estudos, Património e Documentação do Museu Militar de Lisboa de 1993 a 1997 e exerce funções como bibliotecário na Biblioteca do Centro de Estudos Fiscais e Aduaneiros, da Autoridade Tributária, desde 1997, sendo atualmente assessor.</p> <p>É desde 2006 formador na Associação Portuguesa de bibliotecários, Arquivistas e Documentalistas, ministrando formações nas áreas de Marketing, Gestão, Atendimento e Direitos de Autor. Ministrou também formações nestas áreas em outras instituições.</p>
Local	Biblioteca Municipal Eugénio de Andrade Jardim Municipal do Fundão Rua Conselheiro José Alves Monteiro 11 6230-287 Fundão
Horário	09h30 às 13h e das 14h às 17h30
Nº horas	21h
Objetivos	<p><b>Gerais:</b> No final da formação os formandos serão capazes de conceber e elaborar um plano de Marketing para Bibliotecas, Arquivos e Serviços de Documentação, com base nas ferramentas de Webmarketing.</p> <p><b>Específicos:</b> Esta ação tem por objetivo:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Identificar o conceito de imagem e valor para as Bibliotecas;</li><li>• Aplicar estes conceitos na elaboração de um plano de Marketing.</li></ul>
Público alvo	Técnicos das Bibliotecas Municipais pertencentes à Comunidade Intermunicipal das Beiras e Serra da Estrela

Pré-requisitos	N.A
Recursos didáticos	Apresentações PowerPoint, vídeos e manual.
Metodologias	<p><b>Metodologia de Formação:</b> A metodologia a aplicar será baseada, inicialmente, numa exposição teórica dos conceitos recorrendo a documentação audiovisual. Posteriormente será aplicada uma metodologia prática na execução e elaboração dos Planos de Marketing e de Comunicação, que serão feitos em grupo.</p> <p><b>Metodologia e Critérios de Avaliação:</b> As metodologias utilizadas para aferir e consolidar conhecimentos passam pela:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Avaliação Diagnóstica: Esta avaliação assume a forma de questões orais colocadas aos formandos no início da sessão para conhecer e identificar os níveis de conhecimentos prévios dos formandos. Esta avaliação não é tida em conta para os resultados finais do formando.</li> <li>• Avaliação Formativa: A Avaliação Formativa processa-se ao longo das sessões. Os critérios de avaliação são: <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ A assiduidade, a pontualidade, a motivação, o espírito crítico, a iniciativa, o nível de participação, o relacionamento interpessoal e o domínio dos assuntos.</li> </ul> </li> </ul> <p>A classificação final é expressa de acordo com a seguinte escala: <b>Com aproveitamento</b> (igual ou superior a 10 valores); <b>Sem aproveitamento</b> (inferior a 10 valores). A avaliação final "<b>Sem aproveitamento</b>" não dá direito à emissão de Certificado de Formação Profissional. O mesmo acontece se o formando não tiver uma taxa de assiduidade mínima de 90%</p>
Nº máximo de formandos(as)	20
Programa	<p><b>1. O MARKETING APLICADO ÀS BIBLIOTECAS (3h)</b> 1.1. Conceitos essenciais</p> <p><b>2. O PLANEAMENTO E O PROCESSO DE MARKETING (4h)</b> 2.2 Os utilizadores, os objectivos, a mensagem, o orçamento 2.3 O WebMarketing aplicado às Bibliotecas: as melhores estratégias</p> <p><b>3. O PLANO E A CAMPANHA DE MARKETING (2h)</b> 3.1. Conceitos e princípios básicos</p> <p><b>4. ELABORAÇÃO, PELOS FORMANDOS, DE UM PLANO DE MARKETING PARA O SERVIÇO (5h)</b> 4.1. Apresentação e discussão dos Planos de Marketing elaborados</p> <p><b>5. A COMUNICAÇÃO DE MARKETING EM BIBLIOTECAS (2h)</b></p> <p><b>6. O USO DAS REDES SOCIAIS COMO FORMA DE COMUNICAÇÃO (2h)</b></p> <p><b>7. ELABORAÇÃO DE UM PLANO DE COMUNICAÇÃO PARA A BIBLIOTECA (3h)</b></p>