



REFERENCIAL DA AÇÃO DE FORMAÇÃO

Data	25 e 26 de setembro de 2017
Ação de formação	WEBMARKETING EM BIBLIOTECAS: PLANO DE MARKETING
Área temática	Marketing, Comunicação e Imagem
Cód. Ref.	S11
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	Rua Morais Soares, nº 43C – 1º D em Lisboa
Horário	09h30 às 13h e das 14h às 17h30
Nº horas	14 horas
Objetivos	<p>Gerais - No final da ação 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>Específicos - Esta ação tem por objetivo:</p> <ul style="list-style-type: none">• Identificar o conceito de imagem e valor para as Bibliotecas• Aplicar estes conceitos na elaboração de um plano de Marketing.
Público alvo	Técnicos de biblioteca e documentação cujo objectivo seja criar uma nova imagem, projectando a nível interno e externo a sua missão e serviços a prestar.
Pré-requisitos	Não aplicável.
Recursos didáticos	Apresentações PowerPoint, manual e vídeos.



Metodologias	<p>Metodologia de Formação: 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, que será feita em grupo.</p> <p>Metodologia e Critérios de Avaliação: As metodologias utilizadas para aferir e consolidar conhecimentos passam pela:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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. • Avaliação Formativa: A Avaliação Formativa processa-se ao longo das sessões. Os critérios de avaliação são: <ul style="list-style-type: none"> ✓ A assiduidade, a pontualidade, a motivação, o espírito crítico, a iniciativa, o nível de participação, o relacionamento interpessoal e o domínio dos assuntos. <p>A classificação final é expressa de acordo com a seguinte escala: Com aproveitamento (igual ou superior a 10 valores); Sem aproveitamento (inferior a 10 valores).</p> <p>A avaliação final "Sem aproveitamento" 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)	15	Nº mínimo de formandos(as)	10
Preço de associado	112€	Preço de não associado	182€
Inscrições e Pagamento	<p>Devem ser remetidas através do preenchimento do formulário de inscrição em linha, até 5 dias antes do início da ação de formação, ou seja até dia 15 de setembro de 2017</p> <p>O cancelamento da inscrição, nos 5 dias úteis anteriores ao início da ação de formação, obriga ao pagamento de 50% do valor total da mesma</p> <p>Mais informação em www.bad.pt</p> <p>O pagamento deverá ser efetuado até dia 15 de setembro de 2017, utilizando os dados bancários da BAD disponíveis em http://www.apbad.pt/Downloads/Dados_fiscais_bancarios.pdf</p>		
Programa	<ol style="list-style-type: none"> 1. O VALOR DA MARCA BIBLIOTECA (2h) <ol style="list-style-type: none"> 1.1 Conceitos gerais 2. O MARKETING APLICADO ÀS BIBLIOTECAS (3h) <ol style="list-style-type: none"> 2.1. Conceitos essenciais 2.2 Os utilizadores, os objectivos, a mensagem, o orçamento 2.3 O WebMarketing aplicado às Bibliotecas: as melhores estratégias 3. O PLANEAMENTO E O PROCESSO DE MARKETING (1h) 4. O PLANO E A CAMPANHA DE MARKETING (3h) <ol style="list-style-type: none"> 4.1. Conceitos e princípios básicos 4.2 Apresentação e discussão de Planos de Marketing para Bibliotecas 5. ELABORAÇÃO, PELOS FORMANDOS, DE UM PLANO DE MARKETING PARA O SERVIÇO (5h) <ol style="list-style-type: none"> 5.1. Apresentação e discussão dos Planos de Marketing elaborados 		