



REFERENCIAL DA AÇÃO DE FORMAÇÃO

Data	20 a 22 de novembro de 2019
Ação de formação	MARKETING PARA BIBLIOTECAS: PLANO DE MARKETING, COMUNICAÇÃO E REDES SOCIAIS
Área temática	Marketing, Comunicação e Imagem
Cód. Ref.	S26_19
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	BAD, Praça Dr. Nuno Pinheiro Torres, 1500-246 Lisboa
Horário	09h30 às 13h e das 14h às 17h30
Nº horas	21 horas
Objetivos	<p>Gerais - 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>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 objetivo seja criar uma nova imagem, projetando a nível interno e externo a sua missão e serviços a prestar.
Pré-requisitos	Não aplicável.
Recursos didáticos	Apresentações PowerPoint, vídeos e manual.

Metodologias

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 e de Comunicação, que serão feitos em grupo.

Metodologia e Critérios de Avaliação: As metodologias utilizadas para aferir e consolidar conhecimentos passam pela:

- **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:
 - ✓ A assiduidade, a pontualidade, a motivação, o espírito crítico, a iniciativa, o nível de participação, o relacionamento interpessoal e o domínio dos assuntos.

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).

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%.

Nº máximo de formandos(as)

18

Nº mínimo de formandos(as)

10

Preço de associado

168€

Preço de não associado

273€

Inscrições e Pagamento

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 12 de novembro de 2019

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

Mais informação em www.bad.pt

O pagamento deverá ser efetuado até dia 12 de novembro de 2019, utilizando os dados bancários da BAD disponíveis em http://www.apbad.pt/Downloads/Dados_fiscais_bancarios.pdf

Programa

1. O MARKETING APLICADO ÀS BIBLIOTECAS (3h)

1.1. Conceitos essenciais

2. O PLANEAMENTO E O PROCESSO DE MARKETING (4h)

2.2 Os utilizadores, os objectivos, a mensagem, o orçamento
2.3 O WebMarketing aplicado às Bibliotecas: as melhores estratégias

3. O PLANO E A CAMPANHA DE MARKETING (2h)

3.1. Conceitos e princípios básicos

4. ELABORAÇÃO, PELOS FORMANDOS, DE UM PLANO DE MARKETING PARA O SERVIÇO (5h)

4.1. Apresentação e discussão dos Planos de Marketing elaborados

5. A COMUNICAÇÃO DE MARKETING EM BIBLIOTECAS (2h)

6. O USO DAS REDES SOCIAIS COMO FORMA DE COMUNICAÇÃO (2h)

7. ELABORAÇÃO DE UM PLANO DE COMUNICAÇÃO PARA A BIBLIOTECA (3h)