

**Universidade dos Estado do Rio de Janeiro**  
**Instituto Multidisciplinar de Formação Humana com Tecnologias**

Ementa Facebook para pequenos e médios negócios

**Módulo 1 – Etapas Fundamentais para se investir na rede social Facebook**

- Aula 1: O que é Marketing
- Aula 2: O que é Marketing Digital
- Aula 3: O que é Marketing nas mídias sociais
- Aula 4: Dados sobre a Internet no Brasil e rede social Facebook
- Aula 5: Mudanças na forma de se comunicar
- Aula 6: Fundamentos para dominar o Marketing no Facebook

**Módulo 2 – Funil de Vendas**

- Aula 1: Entenda o consumidor conectado
- Aula 2: Jornada de compra do consumidor
- Aula 3: Como o Facebook se encaixa na Jornada de Compra do consumidor
- Aula 4: Funil de Vendas AIDA e como o Facebook se encaixa neste modelo

**Módulo 3 – Como trabalhar a página do seu negócio na rede social Facebook**

- Aula 1: Diferença entre perfil, grupo e página
- Aula 2: Criando uma página do seu negócio na rede social Facebook
- Aula 3: Editando funções administrativas para a página
- Aula 4: Alterando o nome da página
- Aula 5: Permitindo que visitantes avaliem a página do seu negócio
- Aula 6: Como anexar a conta do Instagram na página do seu negócio
- Aula 7: Otimizando a página do seu negócio: pontos que devem ser considerados

- Aula 8: Como conseguir os primeiros fãs

## Módulo 4 – Edge Rank

- Aula 1: Entendendo o Edge Rank e como ele afeta o seu negócio
- Aula 2: Edge Rank, entendendo a fórmula e suas mudanças
- Aula 3: Como utilizar o Edge Rank a favor do seu negócio
- Aula 4: Como algumas empresas adaptaram o seu conteúdo de acordo com uma mudança no algoritmo: conteúdos para uma área com internet mais lenta

## Módulo 5 – Engajamento

- Aula 1: O que é engajamento
- Aula 2: O que publicar para obter engajamento

## Módulo 6 – Anúncios e Resultados

- Aula 1: Princípios básicos
- Aula 2: Anúncios: Primeiros passos
- Aula 3: Estrutura de uma campanha de anúncios
- Aula 4: Dicas para fazer anúncios eficazes
- Aula 5: Onde o meu anúncio pode aparecer
- Aula 6: Segmentação de público
- Aula 7: Diferença entre impulsionar publicação X criar anúncio
- Aula 8: Ferramenta do Facebook: Audience Insights
- Aula 9: Criando seus anúncios
  - Curtidas na página
  - Tráfego: cliques no site
  - Anúncio formato Carrossel
  - Anúncio local: divulgar nas imediações
  - Criando público personalizado utilizando sua lista de e-mails
  - Criando anúncio utilizando o público personalizado que você criou

- Lookalike: Criando público semelhante
- Criando anúncio utilizando Lookalike ou público semelhante que você criou
- Criando um público personalizado através de dados colhidos do aplicativo WhatsApp de forma a impactá-los com anúncio no Facebook
- Como direcionar anúncios para um público personalizado criado a partir de dados obtidos pelo aplicativo whatsapp de forma a impactá:los no Facebook
- Como criar um público personalizado a partir de um público que se envolveu com um conteúdo no Facebook
- Como criar e divulgar o seu evento
- Divulgando o seu evento através do Gerenciador de anúncio
- Como criar um funil de vendas através da opção de anúncios
- Aula 10: Cases
- Aula 11: Medindo os seus resultados