



Tópicos para o concurso de contratação de professor para o grupo de disciplinas Planejamento e Gestão de Mídias Sociais, Planejamento e Gestão de Conteúdos em Mídias Sociais e Análise e Monitoramento de Redes Sociais.

- 1 -Conceituação de Comunicação digital
- 2 - Conceituação de Marketing digital
- 3 - Conceituação de Redes Sociais e Mídias Sociais
- 4 - Presença nas mídias sociais; estágios da presença
- 5 - Planejamento de Redes Sociais
- 6 – Personas – brand persona e buyer persona
- 7 - Conteúdo para redes sociais
- 8 – Marketing de conteúdo
- 9 - Jornada do consumidor/jornada de compra
- 10 - Funil de marketing/vendas
- 11 - Principais características do Marketing 4.0
- 12 - O Novo Caminho de Compra do Consumidor e a produção de conteúdo para as redes sociais
- 13 - Tom de voz nas redes sociais
- 14 - Monitoramento em redes sociais
- 15 – Planejamento de monitoramento

BIBLIOGRAFIA

ASSAD, Nancy. **Marketing de conteúdo**: como fazer sua empresa decolar no meio digital. Rio de Janeiro: Atlas, 2016. Livro. (1 recurso online). ISBN 9788597007008. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788597007008>. Acesso em: 6 out. 2021.

CIPRIANI, Fábio. *Estratégia em mídias sociais: como romper o paradoxo das redes sociais e tornar a concorrência irrelevante*. 1. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011. il. ISBN 9788535246704.

KOTLER, P., KARTAJAYA, H. & SETIAWAN, I. *Marketing 4.0: Mudança do Tradicional para o Digital*. Coimbra, Portugal: Conjuntura Actual Editora. Trad. Pedro Elói Duarte. (218 páginas), ISBN 9789896942083



KUAZAQUI, Edmir (org.); HADDAD, Helder; MARANGONI, Matheus Matsuda (coautor). **Gestão de marketing 4.0**: casos, modelos e ferramentas. Rio de Janeiro: Atlas, 2019. Livro. (1 recurso online). ISBN 9788597022889. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788597022889>. Acesso em: 6 out. 2021.

SAFKO, Lon. A bíblia da mídia social: táticas, ferramentas e estratégias para construir e transformar negócios. 1. ed. São Paulo: Blucher, 2010. il. ISBN 9788521205340.

TERRA, Carolina Frazon. Mídias sociais e agora?: o que você precisa saber para implementar um projeto de mídias sociais. 1. ed. São Caetano do Sul: Difusão, 2011. il. ISBN 9788578081140.

TORRES, Cláudio. A bíblia do marketing digital: tudo o que você queria saber sobre marketing e publicidade na internet e não tinha a quem perguntar. São Paulo: Novatec, 2009. 399 p. ISBN 978-85-7522-202-7.

YANAZE, Mitsuru Higuchi. **Gestão de marketing e comunicação**: avanços e aplicações. 3. ed. rev., ampl São Paulo: Saraiva, 2020. Livro. (1 recurso online). ISBN 9788571441095. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/books/9788571441095>. Acesso em: 6 out. 2021.