



**MICROCREDENCIAL  
O DIGITAL E AS REDES SOCIAIS**

## ÍNDICE

O Que É uma Microcredencial?

- 1.** Duração
- 2.** ECTS
- 3.** Sinopse
- 4.** Destinatários
- 5.** Pré-requisitos
- 6.** Objetivos de Aprendizagem
- 7.** Competências a Adquirir
- 8.** Conteúdos ou Estrutura Curricular
- 9.** Bibliografia
- 10.** Metodologia
- 11.** Avaliação
- 12.** Integração em Ofertas Formativas
- 13.** Instituições Parceiras
- 14.** Equipa da Microcredencial

## O QUE É UMA MICROCREDENCIAL?

“Uma microcredencial é o registo dos resultados de aprendizagem obtidos por um estudante após a realização de um percurso curto de aprendizagem. Esses resultados de aprendizagem foram avaliados de acordo com padrões transparentes e claramente definidos.

Os cursos que conferem microcredenciais são desenhados para apetrechar o estudante com conhecimentos, habilidades e competências específicas que respondem a necessidades sociais, pessoais, culturais ou do mercado de trabalho.

As microcredenciais são propriedade do estudante, podem ser compartilhadas e são portáteis.

Podem ser autónomas ou combinadas em credenciais maiores.

São sustentadas pela garantia da qualidade, seguindo padrões acordados no setor ou área de atuação respetiva”.

Comissão Europeia, *A European Approach To Microcredentials*

## **1. DURAÇÃO**

4 semanas

## **2. ECTS**

26 h = 1 ECTS

## **3. SINOPSE**

A presente Microcredencial, O Digital e as Redes Sociais, é parte de um conjunto alargado de formação destinada a capacitar os profissionais do setor do turismo, bem como público em geral com interesse na atividade.

Esta Microcredencial é uma oportunidade única para o upskilling e reskilling dos formandos, capacitando-os com competências essenciais para navegarem eficientemente no cenário digital atual. A formação abrange não apenas aspetos práticos das principais plataformas, mas proporciona também uma compreensão profunda dos impactos sociais e culturais das redes sociais. Ao direcionar as necessidades específicas do grupo-alvo, este programa visa não só melhorar as perspetivas profissionais dos formandos, mas também contribuir para uma sociedade mais informada, conectada e digitalmente responsável.

## **4. DESTINATÁRIOS**

Profissionais do setor do turismo e público em geral.

## **5. PRÉ-REQUISITOS**

Computador com ligação à internet.

## **6. OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM**

- Compreender o funcionamento dinâmico das redes sociais
- Desenvolver estratégias para as redes sociais
- Criar conteúdo pertinente e alinhado aos objetivos
- Explorar ferramentas e aplicações para otimizar e maximizar a presença online
- Desenvolver estratégias que apelem à interação do público (Call to Action – CTA)
- Analisar métricas relevantes e tomada de decisão

- Conhecer estratégias para gestão de crises e segurança digital.

## **7. COMPETÊNCIAS A ADQUIRIR**

- Desenvolver capacidades para gerir de forma eficaz perfis em redes sociais incluindo a criação de conteúdo relevante, agendamento de publicações e interação com o público.
- Conhecer técnicas para aumentar a interação online compreendendo a psicologia do utilizador e aplicando estratégias específicas para construir uma comunidade online ativa.
- Adquirir conhecimentos sobre as métricas relevantes nas redes sociais, possibilitando a avaliação do desempenho das estratégias digitais e a identificação de áreas para melhoria.
- Aprimorar a capacidade de criar e implementar estratégias digitais personalizadas, alinhadas aos objetivos, levando em consideração as particularidades do público-alvo.
- Desenvolver competências para antecipar, gerir e mitigar crises nas redes sociais, implementando planos de contingência eficazes para preservar a reputação online.
- Adquirir conhecimentos sobre segurança digital, compreendendo as melhores práticas para proteção da identidade online, prevenção de ameaças e promoção de um comportamento digital responsável.
- Desenvolver uma mentalidade adaptável para lidar com as constantes mudanças no ambiente digital, ficando a conhecer as últimas tendências e tecnologias relevantes para as redes sociais.
- Desenvolver uma visão crítica sobre os impactos sociais e culturais das redes sociais promovendo uma participação consciente e ética na comunidade digital.

## **8. CONTEÚDOS E ESTRUTURA CURRICULAR**

### **Semana 0: Ambientação e apresentação do módulo**

### **Semana 1: O cenário digital**

- Introdução às principais redes sociais.
- Análise do impacto das redes sociais na sociedade e nos negócios.
- Identificação das tendências atuais em marketing digital e presença online.

## **Semana 2: Construção da presença online**

- Desenvolvimento de uma estratégia para redes sociais.
- Criação de conteúdo relevante.
- Exploração de ferramentas e aplicações para otimizar a presença online.

## **Semana 3: Estratégias de interação**

- Compreensão dos algoritmos das principais plataformas sociais.
- Táticas para aumentar a interação com o público.
- Análise de métricas e ajustes de estratégia baseados em dados.

## **Semana 4: Gestão de crises e segurança digital**

- Planeamento para gestão de crises nas redes sociais.
- Proteção da identidade digital e boas práticas de segurança.
- Simulações de situações de crise.

## **9. BIBLIOGRAFIA**

- BARABÁSI, Albert-László. *Linked. How Everything is Connected to Everything else and What it means for Business, Science and Everyday Life*. Cambridge: Plume, 2003.
- BARABÁSI, Albert-László et al. *Evolution of the Social Network of Scientific Collaborations*. *Physica A*, 311. 2002. pág. 590-614.
- Campos Mello, P. (2021). *A Máquina do Ódio: Jornalismo, Fake News, Violência Digital*. Quetzal Editores.
- Correia, V. (Ed.). (2022). *O Mundo Problemático das Redes Sociais*. Edições Colibri.
- Costa, A. C. (2019). *Redes Sociais: Anatomia Do Conteúdo*. Casa Literária.
- Fialho, J., Santos, M. O., Baltazar, M. S., & Saragoça, J. (2018). *Redes Sociais: Para uma Compreensão Multidisciplinar da Sociedade*. Edições Sílabo.

## **10. METODOLOGIA**

Os formandos são integrados numa turma virtual num contexto de trabalho colaborativo com o acompanhamento de formadores. As sessões são maioritariamente assíncronas, existindo algumas sessões síncronas previamente agendadas, para uma melhor partilha e envolvimento entre os pares. A abordagem pedagógica escolhida tem como principal objetivo a criação de um ambiente de aprendizagem colaborativo onde os

formandos podem aplicar ativamente os conceitos aprendidos, estimulando a retenção do conhecimento e sua aplicabilidade em situações práticas do quotidiano

## **11. AVALIAÇÃO**

A avaliação da microcredencial será conduzida de maneira sumativa utilizando uma escala de 0 a 20 valores. Esta avaliação refletirá o desempenho dos formandos ao longo do curso tendo em consideração a sua participação ativa nas discussões, o seu desempenho em atividades práticas e exercícios online destacando a aplicação prática dos conceitos aprendidos durante as sessões e a capacidade de resolver problemas específicos relacionados ao tema do curso.

## **12. INTEGRAÇÃO EM OFERTAS FORMATIVAS**

Esta Microcredencial integra o conjunto de ofertas formativas no âmbito do Upgrade Digital para o setor do Turismo:

1. Ferramentas Digitais
2. O Digital e as Redes Sociais
3. Digital e Marketing de Performance

## **13. INSTITUIÇÕES PARCEIRAS**

Turismo de Portugal.

## **14. EQUIPA DA MICROCREDENCIAL**

Coordenação Científica:

Henrique S. Mamede e Filipa Calhoa

Formadora:

Mariana Sobral

