

ÁREA DE FORMAÇÃO: GESTÃO DA COMUNICAÇÃO

OTIMIZAÇÃO DE ESTRATÉGIAS DE PR, NA PRÁTICA

DATA	HORÁRIO	DURAÇÃO	LOCAL
09/02/2023	14h/18h	8 horas	Online
10/02/2023	14h/18h		

OBJETIVO GERAL:

No final deste curso os participantes deverão ser capazes de colocar em prática uma estratégia de Press Relations eficaz e atualizada ao atual ritmo das redações, nomeadamente identificar quais os meios e os jornalistas estratégicos, de que forma comunicar com eles, nos timings adequados e com os conteúdos e as ferramentas ajustadas às necessidades do ciclo mediático.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- ✓ Dotar os formandos da capacidade de implementar uma estratégia de Press Relations;
 - ✓ Conceder aos formandos a capacidade da aplicação de um plano de ação em conformidade;
 - ✓ Sensibilizar os formandos para a importância da identificação dos jornalistas-chave e da produção de conteúdos que sirvam de ponte de contacto que tenham valor notícia, que sejam importantes para a marca que representam, mas, essencialmente, que acrescentem valor ao público-alvo dos meios de comunicação social estratégicos;
 - ✓ Dotar os formandos das ferramentas apropriadas para identificar os pontos fortes e os pontos fracos dos Press Releases e dos Press Kits e quais os principais erros a evitar no contacto com jornalistas;
 - ✓ Sensibilizar os formandos para a importância de uma relação, a médio e longo prazo, que seja leal, cordial, flexível e, acima de tudo, respeitosa, para com um conjunto de jornalistas estratégicos e de que forma gerir a mesma.
-

CONTEÚDOS:

Tema	Carga horária	Conteúdos
Apresentação Nos bastidores das redações	1h	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Apresentação dos objetivos e da metodologia de trabalho a utilizar na formação; ➤ Como funcionam as redações? ➤ De que modo pensam os jornalistas? ➤ De onde vêm as notícias? ➤ Como se decidem os temas? ➤ De que forma os jornalistas e os editores interpretam as marcas? ➤ Relação entre as marcas, as redações e os departamentos comerciais dos meios.
TPC de PR para as marcas	3h	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Aplicação do ciclo de vida da empresa/produto ao ciclo de vida das notícias. ➤ Análise do triângulo da marca 4.0. ➤ Onde estão e quais são os meus jornalistas estratégicos? ➤ Que temas devem ser notícia e para que meios? ➤ Quando comunicar?
Ferramentas de ação de PR	3h	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Principais características da informação realmente eficaz para os jornalistas. ➤ Que ferramentas utilizar, em que situações e qual o impacto esperado: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Dossier de Imprensa. ✓ Press Release. ✓ Vídeo Release. ✓ Nota de Agenda. ✓ Foto-Legenda. ✓ Whatsapp. ✓ Twitter. ✓ Videochamada. ✓ Outras redes sociais. ➤ Agência LUSA: a sua importância vs. os seus riscos, como funciona e como ativar.
Gestão da relação e prolongamento do ciclo de vida da marca das notícias Conclusão	1 h	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Como medir resultados: quantidade vs. qualidade. ➤ Principais erros a evitar na relação com jornalistas. ➤ Privilegiar a bilateralidade da relação. A co-criação de valor no conteúdo da informação e do fluxo mediático. ➤ Conclusão e Avaliação.

FORMADOR: MARTA ARAÚJO

Consultora de Comunicação especializada em Assessoria de Imprensa, Relações Públicas, Blogger & Influencer Engagement, Media Training nacional e internacional e Gestão de Crise. No seu portfólio de colaborações constam, entre outras, entidades como Sonae, Farfetch, Symington, Cerealis, Arcádia, Kiabi, ZEISS, TEDx, Teixeira Duarte, Pablosky e Trumf.

Com uma carreira de jornalista com mais de 13 anos, tem formação em Ciências da Comunicação na Universidade Fernando Pessoa, o seu trajeto conta com passagens, entre outras publicações, pelo Jornal Expresso, o semanário Vida Económica e as newsmagazines Sábado e Focus.

Especialista certificada em Educação para os Media pelo Conselho Científico-Pedagógico da Formação Contínua, possui o curso de Formação Pedagógica Inicial de Formadores, um International Executive MBA in Business Strategy da Escuela de Negocios Novacaixagalicia e o Curso de International Management na Georgetown University, em Washington DC, nos EUA.

É docente convidada de várias instituições de ensino. Integra ainda o quadro de Formadores da Academia APAN – Associação Portuguesa de Anunciantes.