

## ÁREA DE FORMAÇÃO: GESTÃO DA COMUNICAÇÃO

---

### OTIMIZAÇÃO DE ESTRATÉGIAS DE PR, NA PRÁTICA

---

DATA	HORÁRIO	DURAÇÃO	LOCAL
13/04/2023	14h/18h	8 horas	Online
14/04/2023	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"> <li>➤ Apresentação dos objetivos e da metodologia de trabalho a utilizar na formação;</li> <li>➤ Como funcionam as redações?</li> <li>➤ De que modo pensam os jornalistas?</li> <li>➤ De onde vêm as notícias?</li> <li>➤ Como se decidem os temas?</li> <li>➤ De que forma os jornalistas e os editores interpretam as marcas?</li> <li>➤ Relação entre as marcas, as redações e os departamentos comerciais dos meios.</li> </ul>
TPC de PR para as marcas	3h	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Aplicação do ciclo de vida da empresa/produto ao ciclo de vida das notícias.</li> <li>➤ Análise do triângulo da marca 4.0.</li> <li>➤ Onde estão e quais são os meus jornalistas estratégicos?</li> <li>➤ Que temas devem ser notícia e para que meios?</li> <li>➤ Quando comunicar?</li> </ul>
Ferramentas de ação de PR	3h	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Principais características da informação realmente eficaz para os jornalistas.</li> <li>➤ Que ferramentas utilizar, em que situações e qual o impacto esperado: <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Dossier de Imprensa.</li> <li>✓ Press Release.</li> <li>✓ Vídeo Release.</li> <li>✓ Nota de Agenda.</li> <li>✓ Foto-Legenda.</li> <li>✓ Whatsapp.</li> <li>✓ Twitter.</li> <li>✓ Videochamada.</li> <li>✓ Outras redes sociais.</li> </ul> </li> <li>➤ Agência LUSA: a sua importância vs. os seus riscos, como funciona e como ativar.</li> </ul>
Gestão da relação e prolongamento do ciclo de vida da marca das notícias  Conclusão	1 h	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Como medir resultados: quantidade vs. qualidade.</li> <li>➤ Principais erros a evitar na relação com jornalistas.</li> <li>➤ Privilegiar a bilateralidade da relação. A co-criação de valor no conteúdo da informação e do fluxo mediático.</li> <li>➤ Conclusão e Avaliação.</li> </ul>

## 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.