

---

## ÁREA DE FORMAÇÃO: GESTÃO DA COMUNICAÇÃO

---

### DO PRESS RELEASE AO COMUNICADO DE CRISE

---

DATA	HORÁRIO	DURAÇÃO	LOCAL
17/02/2025	14h/18h	8 horas	Online
18/02/2025	14h/18h		

---

#### OBJETIVO GERAL:

No final desta formação os participantes deverão ser capazes de:

Dominar a escrita de diferentes formatos essenciais na gestão de comunicação com jornalistas e com as redações.

---

#### OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- ✓ Dominar a escrita de diferentes formatos essenciais na gestão de comunicação com jornalistas e com as redações.
  - ✓ Produzir materiais claros, impactantes e alinhados com os objetivos da marca.
  - ✓ Garantir que as mensagens captam a atenção dos meios de comunicação social e dos jornalistas certos, que as mesmas são relevantes e úteis e que reforçam a credibilidade da marca.
  - ✓ Adaptar o tom e a abordagem a diferentes contextos, públicos e canais de comunicação.
-

**CONTEÚDOS:**

Tema	Carga horária	Conteúdos
<p>Apresentação</p> <p>Fundamentos da Escrita para Jornalistas e Redações</p>	<p>1h</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Apresentação dos objetivos e da metodologia de trabalho a utilizar na formação.</li> <li>➤ Características de uma comunicação eficaz em RP:               <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Clareza, objetividade e alinhamento com a identidade da marca.</li> <li>✓ Adaptação de mensagens ao público-alvo e ao meio de comunicação.</li> </ul> </li> <li>➤ Técnicas para captar a atenção dos media:               <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Títulos atrativos e leads eficazes.</li> <li>✓ Priorização de informações-chave no texto.</li> </ul> </li> <li>➤ Casos práticos de sucesso e falhas comuns a evitar.</li> </ul>
<p>Produção de Conteúdos – Ferramentas Essenciais</p>	<p>5h</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>Press Releases e Dossiers de Imprensa (1h30)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ O que é um press release eficaz?</li> <li>✓ Estrutura</li> <li>✓ Adaptação a diferentes setores e temas (produtos, eventos, resultados corporativos).</li> <li>✓ Dossier de imprensa:</li> <li>✓ Construção de materiais abrangentes e atrativos para jornalistas.</li> <li>✓ Elementos obrigatórios</li> <li>✓ Exercício prático: Redação de um press release e criação de um índice para dossier de imprensa.</li> </ul> </li> <li>➤ <b>Convites para Jornalistas e Propostas de Reportagem (1h30)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Convites para eventos ou lançamentos:</li> <li>✓ Estrutura, tom e personalização.</li> <li>✓ Formatos digitais e impressos.</li> <li>✓ Propostas de reportagem:               <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Como construir ângulos jornalísticos e propor histórias de interesse para os media.</li> <li>✓ Apresentação de dados e tendências para enriquecer as propostas.</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>➤ Exercício prático: Desenvolvimento de um convite para jornalistas e criação de uma proposta de reportagem alinhada com a marca.</li> </ul>

<p>Produção de Conteúdos – Ferramentas Essenciais</p>	<p>Cont.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>Comunicados de Crise e Foto-legendas (1 hora)</b></li> <li>➤ Comunicado de crise:             <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Estrutura e princípios fundamentais (transparência, rapidez e adequação).</li> <li>✓ Alinhamento com os valores e tom da marca.</li> </ul> </li> <li>➤ Foto-legendas:</li> <li>➤ A importância de um texto claro e apelativo para contextualizar imagens.</li> <li>➤ Exemplos práticos para eventos, lançamentos e parcerias.</li> </ul> <p>Exercício prático: Simulação de redação de um comunicado de crise e criação de uma foto-legenda para um evento fictício.</p>
<p>Formatos Complementares e Revisão Final</p> <p>Conclusão</p>	<p>2h</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>Outros Formatos e Ferramentas de Escrita</b></li> <li>Mensagens curtas e diretas:             <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Email pitches e notas para redes sociais.</li> <li>✓ Q&amp;A para media e entrevistas:</li> <li>✓ Como criar perguntas e respostas alinhadas com o posicionamento da marca.</li> </ul> </li> <li>➤ Exercício prático: Desenvolvimento de um email pitch para um jornalista e elaboração de um Q&amp;A básico para uma entrevista.</li> <li>➤ Feedback e ajustes:             <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Revisão coletiva dos exercícios realizados.</li> <li>✓ Feedback personalizado para melhorar a clareza, impacto e relevância dos materiais.</li> </ul> </li> <li>➤ Conclusão e Avaliação.</li> </ul>

**PREÇO ASSOCIADO: 140€+IVA**

**PREÇO NÃO ASSOCIADO: 180€+IVA**

## FORMADOR: Marta Araújo

Marta Araújo é Consultora de Comunicação especializada em Assessoria de Imprensa, Relações Públicas, Marketing de Influência, 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, Trumpf, Adyen, Kone, Miss Pavlova, Optivisão.

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, tem um International Executive MBA in Business Strategy (Universidad Intercontinental de la Empresa, em Espanha) o Curso de International Management (Georgetown University, em Washington DC, nos EUA) e o curso de Formação Pedagógica Inicial de Formadores.

É CEO da LikeBrands, host do podcast “É a comunicar que nos entendemos” e docente convidada de várias instituições de ensino.

Integra ainda o quadro de Formadores da Academia APAN – Associação Portuguesa de Anunciantes.