ACADEMIA apan

## ÁREA DE FORMAÇÃO: GESTÃO DA COMUNICAÇÃO

# No fim, a culpa é da Comunicação...Sempre!

| DATA | HORÁRIO | DURACÃO | LOCAL |
|---|---|---|---|
| 11/02/2027 | 10h/13h | 12 horas | Presencial |
| 12/02/2027 | 10h/13h | | |
| 18/02/2027 | 10h/13h | | |
| 19/03/2027 | 10h/13h | | |

### OBJETIVO GERAL:

Desenvolver competências para planear e gerir crises de forma estruturada, comunicar eficazmente em cenários críticos e integrar estratégias de recuperação com ações de marketing que fortaleçam a reputação e a sustentabilidade da marca.

### OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- ✓ Desenvolver um plano eficaz de gestão de crise: Estruturar protocolos que minimizem impactos negativos e acelerem a recuperação organizacional.
- ✓ Integrar a gestão de crise com o marketing: Converter situações de crise em oportunidades para fortalecer a reputação institucional e reafirmar os valores da marca.
- ✓ Dominar estratégias multicanal: Coordenar a gestão de crises em ambientes digitais e offline de forma integrada, consistente e estratégica.
- ✓ Adquirir competências práticas: Aplicar ferramentas, metodologias e técnicas de comunicação adequadas a cenários de crise.

## CONTEÚDOS:

| Tema | Carga horária | Conteúdos |
|---|---|---|
| Comunicação: do Eldorado ao off the record | 3h | ➢ Comunicação não monetiza, mas exerce um imenso poder de atração.<br>➢ Todos questionam, ambicionam – ninguém quer ir para compliance! – dominam e têm opinião.<br>➢ Qual o ecossistema em que nos movimentamos e como nos queremos posicionar.<br>➢ Os riscos de não preparar comunicação. |
| Comunicar com impacto:<br>Comunicação Estratégica<br>Comunicação Positiva<br>Comunicação Objetiva<br>Exemplos | 3h | ➢ Como definir o que queremos comunicar e quais os atributos a passar.<br>➢ Blindar mensagens, ser disciplinado, conseguir ser conclusivo.<br>➢ A comunicação justificativa como arena negativa. |
| Comunicação de Crise:<br>Desafios e exigências<br>Casos emblemáticos | 3h | ➢ Regras fundamentais para enfrentar uma crise de comunicação.<br>➢ Liderar o fluxo, impor ritmos, forçar o final do ciclo.<br>➢ Regras para uma comunicação coerente e sólida. |
| Projeto final: plano de comunicação e mensagens estratégicas para caso concreto | 3h | ➢ Simular um caso concreto e definir um plano de comunicação, bem como as mensagens fundamentais. |

**PREÇO ASSOCIADO: 240€+IVA** **PREÇO NÃO ASSOCIADO: 310€+IVA**

## FORMADOR: PEDRO PINTO

Licenciado em Relações Internacionais pela Universidade Autónoma de Lisboa, pós-graduado em Estudos Europeus pelo Instituto Superior de Economia e Gestão, Mestre em Desenvolvimento e Cooperação Internacional também pelo ISEG.

Encontra-se a terminar o seu Doutoramento em Relações Internacionais, na Universidade Autónoma de Lisboa.

Atualmente é Diretor de Comunicação do Sport Lisboa e Benfica.

Jornalista entre 1997 e 2020, onde foi pivot de Informação na RTP, TVI e TVI24, Sub-diretor e Diretor de Informação da TVI, assim como, autor e apresentador de diversos programas.

É desde 1997 Professor na Universidade Autónoma de Lisboa, nas áreas de Televisão e Relações Internacionais.

Desenvolve ações de Coaching de Liderança e Comunicação em várias organizações.

Apresentador, moderador e orador em diversas conferências.