

ÁREA DE FORMAÇÃO: GESTÃO DA COMUNICAÇÃO

ESTRATÉGIAS DE PR, NA PRÁTICA

DATA	HORÁRIO	DURAÇÃO	LOCAL
05/05/2026	9h/13h	8 horas	Online
06/05/2026	9h/13h		

OBJETIVO GERAL:

No final desta formação os participantes deverão ser capazes de perceber o funcionamento atual das redações; identificar o que valorizam os jornalistas e os editores portugueses nas equipas de Press & Public Relations das empresas e das marcas e quais as ferramentas e as metodologias realmente eficazes para lhes fazer chegar as informações; conhecer de que forma a IA está a ser utilizada no setor da comunicação social e em que medida isso está a transformar o papel e o ritmo da gestão das relações públicas e com os jornalistas.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- ✓ Dotar os formandos da capacidade de implementar uma estratégia de Press Relations atualizada e que vá de encontro às atuais necessidades dos jornalistas;
 - ✓ Conceder aos formandos a capacidade da aplicação de um plano de ação em conformidade;
 - ✓ Dotar os formandos sobre o que valorizam, e precisam, os jornalistas por parte das equipas de Press & Public Relationa e quais as ferramentas e metodologias de contacto mais apropriadas e eficazes;
 - ✓ Sensibilizar os participantes 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 e que, essencialmente, acrescentem valor ao público-alvo dos meios de comunicação social estratégicos;
 - ✓ Conceder aos participantes conhecimento sobre como a IA está a ser utilizada nas redações e em que medida isso obriga a que as equipas de Press & Public Relations adotem novas práticas e metodologias.
-

CONTEÚDOS:

Tema	Carga horária	Conteúdos
Nos bastidores das redações e principais desafios sentidos pelos jornalistas e editores	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? ➤ Quais os maiores desafios que os jornalistas enfrentam e que prioridades apontam?
O que esperam os jornalistas das equipas de Press & Public Relations	3h	<ul style="list-style-type: none"> ➤ A maioria dos jornalistas confia ou não nos profissionais de PR? ➤ Como podem as equipas de PR tornar mais fáceis os seus trabalhos? ➤ Que tipo de conteúdos ou informação pretendem receber por parte destes profissionais? ➤ Como os jornalistas usam as redes sociais e o seu impacto na produção de notícias?
Metodologias e 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. ➤ O mito dos eventos com jornalistas: sim ou não? ➤ Agência LUSA e outras agências noticiosas: a sua importância vs. os seus riscos, como funciona e como ativar.
A chega da IA ao funcionamento das redações	1 h	<ul style="list-style-type: none"> ➤ A IA já chegou às redações? ➤ Que tarefas fazem os jornalistas com recurso a IA? ➤ Que desafios traz a IA no ritmo e na veracidade das notícias e em que medida isso implica que a equipa de PR se adapte e adote novas práticas? ➤ Análise de case: Quando a IA mente nas notícias;

PREÇO ASSOCIADO: 160€+IVA

PREÇO NÃO ASSOCIADO: 200€+IVA

FORMADORA: 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 Trumpf.

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.