

Plano de Comunicação Digital

Objetivos Gerais

Dominar a Comunicação Digital não é apenas ter uma conta nas Redes Sociais, é muito mais abrangente que isso. É necessário a devida qualificação e a existência de estratégias digitais.

Este Curso pretende dotar os participantes dos conhecimentos, competências e boas práticas que lhes permitam transformar a Web num instrumento estratégico de comunicação e aprender a diferenciar-se da Concorrência.

Objetivos Específicos

No final deste Curso os participantes saberão:

- Quais as novas oportunidades de relacionamento no meio digital;
- Como converter a Web num instrumento estratégico de comunicação da Empresa;
- Como conseguir através da comunicação diferenciar-se da concorrência;
- Quais as vantagens de uma Planificação Estratégica da Comunicação na Web;
- Elaborar um Plano de Comunicação 2.0 adaptado ao Novo Contexto Social através das Novas Tecnologias e os Novos Meios de Comunicação;
- Quais os novos modelos de comunicação e de Relações Públicas na Internet;
- Comunicar e lidar com os Media e com os *stakeholders*, aplicando as novas ferramentas de relacionamento e comunicação.

Destinatários

Este Curso destina-se a todos os profissionais responsáveis ou envolvidos na conceção e implementação de Planos de Comunicação Digitais, nomeadamente, Diretores e Responsáveis de Comunicação, Diretores e Responsáveis de Marketing, Gestores de Clientes e de Mercados, Responsáveis de Negócio, Gestores de Produtos ou Marcas, Consultores e Assessores de Comunicação e Técnicos de Comunicação ou Marketing.

Carga Horária

12 Horas

Conteúdos Programáticos

Módulo I - Os Novos Modelos de Comunicação e de Relações Públicas na Internet

- As novas tecnologias e o seu impacto nos meios de comunicação
- O que é a Web 2.0?

- As Relações Públicas 2.0: o que mudou nos Princípios e nas Práticas de Relações Públicas;
- Novas Tendências na Comunicação Empresarial 2.0: a Era da Participação, da Interação e das Comunidades.

Módulo II - A Planificação Estratégica da Comunicação na Web

- Vantagens e Benefícios;
- Rentabilidade das Novas Tecnologias;
- Como diferenciar-se da Concorrência.

Módulo III - As Novas Possibilidades de Relacionamento na Web

- Como envolver os Públicos através de Ações de RP Online?
- A Importância da Informação e dos Conteúdos;
- Objetivos de Ações Digitais de RP;
- Programas de Fidelização e os Clubes de Consumidores;
- Opinião / Notícia/ Notoriedade.

Módulo IV - Business To Media – as Novas Formas de Atingir os Media Tradicionais

- O que a Internet mudou nas relações com a imprensa?
- Qual a razão do modelo tradicional já não ser eficaz?
- Um Novo Modelo de Press Release;
- O Gabinete de Imprensa Online;
- Como avaliar e controlar as Mensagens na Internet.

Módulo V - B2E: Business to Employee

- B2E: Business to Employee;
- O Portal do Empregado: a Evolução da Internet, Suporte da Comunicação Interna e Gestão do Conhecimento;
- Ferramentas Administrativas e Comunicativas do B2E;
- Correio Eletrónico, Revistas Digitais, Bases de Dados, e-Learning, Fóruns de Discussão.

Módulo VI - Análise de Casos Práticos

Módulo VII - Sessão de Perguntas e Respostas