

## 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 necessária 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 e/ou envolvidos na conceção e implementação de planos de comunicação digitais, nomeadamente, Diretores/ Responsáveis de Comunicação, Diretores/ Responsáveis de Marketing, Gestores de Clientes/ Mercados, Responsáveis de Negócio, Gestores de Produtos/ Marcas, Consultores e Assessores de Comunicação e Técnicos de Comunicação/ Marketing.

### Carga Horária

12 Horas

### Conteúdos

1. 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

2. A planificação estratégica da comunicação na web
  - Vantagens e Benefícios
  - Rentabilidade das Novas Tecnologias
  - Como diferenciar-se da Concorrência
  
3. 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
  
4. 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
  
5. 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.
  
6. Análise de casos práticos
  
7. Sessão de perguntas & respostas