

CURSO - MEDIA TRAINING E COMUNICAÇÃO EFICAZ COM A IMPRENSA E A SOCIEDADE

Justificativa

O Media Training é conhecido, também, como Treinamento de Mídia. Essencial para a estratégia de qualquer organização ou pessoa pública, o Media Training consiste em treinar e aperfeiçoar porta-vozes para o relacionamento com jornalistas, seja nas entrevistas, seja em eventos institucionais, seja em situações de crise. O treinamento também capacita para debates, discursos e posicionamentos.

Objetivos

- Desenvolver estratégias para posicionamento de entrevistas e comunicação em público;
- Construir e apresentar mensagens relevantes destinadas aos diferentes públicos;
- Focar e ter controle para transmissão da mensagem-chave;
- Elaborar respostas para perguntas imprevistas;
- Identificar perguntas ambíguas;
- Responder questões hostis;
- Desenvolver a comunicação e expressão verbal;
- Exercitar a persuasão e controlar a tensão e nervosismo;
- Elencar ferramentas de aprimoramento do relacionamento institucional;
- Consolidar a imagem de credibilidade e excelência de reputação;
- Subsidiar discurso com conteúdos relevantes e estratégicos;
- Prevenir riscos de imagem;
- Potencializar resultados da relação entre assessoria de comunicação, porta-voz e jornalista.

Detalhamento do Curso

A parte teórica e prática deverá ser dividida entre os seguintes conteúdos:

- a) Papel e responsabilidades do porta-voz: participação dos representantes institucionais na elaboração do discurso e na manutenção da imagem institucional; o papel dos porta-voz como representantes organizacionais; a necessidade de prestar contas à sociedade; a importância de fazer uso dos meios de comunicação para colaborar com as metas da instituição, técnicas para utilização da mídia e dos recursos de comunicação e expressão verbal.

- b) Funcionamento dos meios de Comunicação Social: fatores que ajudam a moldar o conteúdo veiculado na mídia, o cotidiano e o perfil dos profissionais de imprensa; critérios editoriais dos meios de comunicação; o que é notícia; valores-notícia e gancho jornalístico, técnicas para atrair a atenção da imprensa; interação com os jornalistas; características dos veículos de diversas mídias – imprensa e *on-line*.
- c) Assessorias de Comunicação: forma de trabalho; atividades e produtos das Assessorias de Comunicação; importância dos assessores para intermediar o contato com os meios de comunicação e para orientar os porta-vozes.
- d) A organização ou o profissional como fonte da imprensa: o órgão como fonte constante da imprensa; o teor da cobertura dos veículos sobre as instituições e apresentação dos assuntos relativos a organização com potencial para interessar à imprensa; análise de casos de repercussão envolvendo a instituição; os desafios de gestão da imagem.
- e) Elaboração de mensagens: formas de elaborar mensagens a serem repassadas ao público via imprensa; maneiras de tratar a informação para conseguir a transmissão dessas mensagens; técnicas para manter o controle possível do que é veiculado na mídia e evitar ruídos capazes de prejudicar a clareza e a correta compreensão das mensagens.
- f) Comunicação e fortalecimento da imagem: o papel da comunicação e a importância do fortalecimento da imagem para a consecução dos objetivos das organizações; comunicação e sua relação com a transparência e a prestação de contas à sociedade, posicionamento e formas de ajuste de imagem.
- g) Mídias sociais: conceito de mídias sociais; características, amplitude, penetração e público das principais mídias sociais (Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, etc); a importância desses canais na divulgação institucional; formas das mensagens a serem postadas; mídias sociais como arena pública de debate; posicionamento e etiqueta nas redes; cuidados com contas pessoais e mensagens divulgadas; linguagens adequadas; gestão de crises em mídias sociais.
- h) Gerenciamento de crise: módulo específico para aprofundar a discussão acerca das crises de imagem; análise de situações potencialmente geradoras de crises no âmbito da organização ou de atuação do profissional; ferramentas para prevenção de crises de imagem; mensagens neutralizadoras de crise; formas de lidar com a imprensa em situações de crise; técnicas para conceder entrevistas e para tratar a informação nos casos de crise.
- i) Simulações: módulo prático, com atividades distribuídas durante o treinamento, incluindo simulações das situações que podem vir a ser enfrentadas pelas fontes no trato com a imprensa, simulações de entrevistas concedidas ao rádio, à televisão e aos veículos impressos e online, ou coletivas.



Análise e avaliação individual do desempenho e da postura de cada participante na utilização das técnicas ensinadas, com base em vídeos e outros materiais produzidos durante o curso.

Carga Horária

O treinamento pode ser realizado em 8 e 16 horas. Poderá também ser oferecido programa contínuo para processos de gestão estratégica, campanhas e eventos.

Material Didático

Livro – Media Training Comunicação com a Imprensa e a Sociedade

Corpo Docente

Nancy Assad

Jornalista, pós-graduada em Marketing pela FGV, e especialista em Comunicação Estratégica Integrada e Media Training. É autora dos livros: “Media Training – Comunicação Eficaz com a Imprensa e a Sociedade”, da Editora Gente, “As Cinco Fases da Comunicação para Gestão de Mudanças - Como aplicar Conhecimento na Sustentabilidade Corporativa”, da Editora Saraiva, “Liderança Eficaz – Como Vencer Desafios Utilizando Comunicação Estratégica, Negociação e Ética”, da Editora Publit e “Marketing de Conteúdo – Como Fazer Sua Empresa Decolar no Meio Digital”, da editora Atlas. É palestrante e professora de Comunicação e Ética em cursos de pós-graduação.