



REFERENCIAL DA AÇÃO DE FORMAÇÃO

Data	2 e 3 de dezembro de 2020
Ação de formação	ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO E ESCRITA JORNALÍSTICA PARA PROFISSIONAIS BAD
Área temática	Marketing, Comunicação e Imagem
Cód. Ref.	S24_20
Formador(a)	Cláudia Henriques
Nota Biográfica	<p>Cláudia Henriques nasceu em Lisboa, em 1980. Tem mestrado em Jornalismo (FCSH-UNL) e estagiou como jornalista na Rádio Renascença. A sua licenciatura de base é História (FCSH-UNL), a que se seguiu a pós-graduação em Ciências Documentais (opção Arquivo), pela FL-UL. De momento, é bolseira da FCT, encontrando-se a fazer o doutoramento FCT em Estudos de Comunicação: Tecnologia, Cultura e Sociedade.</p> 
Local	BAD, Praça Dr. Nuno Pinheiro Torres, 10 A, 1500-246 Lisboa
Horário	09h30 às 13h e das 14h às 17h30
Nº horas	14 horas
Objetivos	<p>Gerais - No final da ação os formandos serão capazes de comunicar e divulgar, de forma mais eficaz, as suas atividades, ações e objetivos junto da(s) sua(s) comunidade(s)-alvo.</p> <p>Específicos - Esta ação tem por objetivo:</p> <ul style="list-style-type: none">• Fornecer as regras básicas da escrita jornalística.• Dotar os formandos de conhecimentos que lhes permitam escrever textos informativos em diferentes suportes, adaptando os conteúdos a cada um deles.• Dotar os formandos de conhecimentos básicos no âmbito da escrita de comunicados de imprensa.• Enunciar estratégias de comunicação para uma relação produtiva e eficaz com os media.
Público alvo	Profissionais ligados à gestão da informação, que entendam a comunicação com a comunidade como extensão da sua profissão.
Pré-requisitos	Não aplicável
Recursos didáticos	Apresentação PowerPoint.

Metodologias

Metodologia de Formação:

A metodologia de formação utilizada será expositiva e interrogativa.

Metodologia e Critérios de Avaliação: As metodologias utilizadas para aferir e consolidar conhecimentos passam pela:

- **Avaliação Diagnóstica:**
Esta avaliação assume a forma de questões orais colocadas aos formandos no início da sessão para conhecer e identificar os níveis de conhecimentos prévios dos formandos. Esta avaliação não é tida em conta para os resultados finais do formando.
- **Avaliação Formativa:**
A Avaliação Formativa processa-se ao longo das sessões.
Os critérios de avaliação são:
 - ✓ A assiduidade, a pontualidade, a motivação, o espírito crítico, a iniciativa, o nível de participação, o relacionamento interpessoal e o domínio dos assuntos.

A classificação final é expressa de acordo com a seguinte escala: **Com aproveitamento** (igual ou superior a 10 valores); **Sem aproveitamento** (inferior a 10 valores).

A avaliação final "**Sem aproveitamento**" não dá direito à emissão de Certificado de Formação Profissional. O mesmo acontece se o formando não tiver uma taxa de assiduidade mínima de 90%

Nº máximo de formandos(as)

20

Nº mínimo de formandos(as)

10

Preço de associado

112€

Preço de não associado

182€

Inscrições

Devem ser remetidas através do preenchimento do [formulário de inscrição em linha](#), até 5 dias antes do início da ação de formação, ou seja até dia 23 de novembro de 2020

O cancelamento da inscrição, nos 5 dias úteis anteriores ao início da ação de formação, obriga ao pagamento de 50% do valor total da mesma

Mais informação em www.bad.pt

O pagamento deverá ser efetuado até dia 23 de novembro de 2020, utilizando os dados bancários da BAD disponíveis em http://www.apbad.pt/Downloads/Dados_fiscais_bancarios.pdf

Programa

- 1. PERFIL, ESTATUTO E FUNÇÕES DOS PROFISSIONAIS BAD: ENTRE O ESTEREÓTIPO E A AUTO-INCAPACIDADE DE PROMOÇÃO DA IMAGEM (3h30)**
 - 1.1. Representações tradicionais versus auto-imagem do profissional BAD
 - 1.2. Um dinamismo ainda por comunicar
- 2. JORNALISMO E ESCRITA JORNALÍSTICA: REGRAS E PRINCÍPIOS (3h30)**
 - 2.1. O que é notícia?
 - 2.2. A pirâmide invertida na estrutura da notícia
 - 2.3. Princípios da escrita jornalística
- 3. DOS SUPORTES TRADICIONAIS AOS SUPORTES DIGITAIS: ESCREVER NAS REDES SOCIAIS (3h30)**
 - 3.1. Os paradigmas do papel transformam-se: constrangimentos e possibilidades
 - 3.2. O Facebook como estratégia de informação e comunicação: regras, conteúdos, relevância e calendários
- 4. COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL E PROFISSIONAIS BAD (3h30)**
 - 4.1. Bibliotecas, arquivos e museus não constituem matéria passível de gerar interesse mediático?
 - 4.2. O comunicado de imprensa como ferramenta na informação e promoção das atividades dos profissionais BAD: regras, estruturas e erros a evitar