



# **COMUNICAÇÃO E MARKETING DIGITAL NA AP**

## **1. ENQUADRAMENTO**

A Administração Pública (AP) vive momentos de grande transformação, marcados por uma necessidade crescente de aplicar, no seu dia-a-dia, conceitos e técnicas de marketing e comunicação que permitam um reforço eficaz da sua ligação com a população e demais instituições.

No contexto da situação excepcional provocada pela epidemia de COVID-19, a utilização de novas ferramentas de comunicação e Marketing Digital, por parte das entidades públicas, configura-se como uma estratégia de particular relevância para manutenção dos respetivos níveis de operacionalidade e eficácia.

Torna-se assim necessário que cada agente da AP se sinta capaz de aplicar no seu trabalho as corretas regras comunicacionais e possua um real conhecimento das regras protocolares aplicáveis.

## **2. CONTEÚDOS PROGRAMÁTICOS**

O Curso de “Comunicação e Marketing Digital na AP” encontra-se dividido nas seções temáticas que a seguir se discriminam, sendo as mesmas lecionadas de forma sequencial e encadeada, dentro dos propósitos e objetivos que se definem nos pontos seguintes.

1. Apresentação dos participantes, da ação e avaliação inicial **(1h30m)**
2. Comunicação Institucional **(3h00m)**
  - i) Conceitos fundamentais
  - ii) Fatores que afetam a comunicação
  - iii) Comunicação Estratégica das Organizações
  - iv) Ações de comunicação
    - a. Diferentes suportes
    - b. Características de cada um
    - c. Vantagens e desvantagens



- d. Quando utilizar
  - v) Gestão de Crises e Comunicação de Risco
  - vi) Mediatização da Administração Pública
  - vii) Desafios Estratégicos
3. Marketing Institucional **(3h00m)**
- viii) Marketing Institucional: conceito e especificidades
  - ix) Identificação dos públicos e respetivas necessidades
  - x) Definição de uma estratégia de marketing institucional: análise macro e micro ambiental; definição de missão e objetivos; segmentação e posicionamento
  - xi) O Marketing *mix* aplicado ao Marketing Institucional
4. Utilização das redes sociais na AP **(6h00m)**
- xii) Mediatização da Administração Pública
  - xiii) Mudanças de Comportamentos Sociais
  - xiv) Redes Sociais e Intervenção Pública
  - xv) Presença privada versus presença institucional
5. Protocolo Institucional **(3h00m)**
- xvi) Comunicação Pública e Protocolar
  - xvii) A organização de eventos na AP
  - xviii) Estabelecer as regras de protocolo em cerimónias oficiais
6. Encerramento da ação e teste de avaliação final **(1h30m)**



### **3. OBJECTIVOS GERAIS**

O Curso de “Comunicação e Marketing Digital na AP” tem o seguinte objetivo geral:

- Tomar consciência da relevância da comunicação e do marketing institucionais bem como do seu bom uso, a par das técnicas básicas na crescente utilização das redes sociais, nas formalidades protocolares e na organização de eventos.

### **4. OBJECTIVOS ESPECÍFICOS (competências a desenvolver)**

No final do Curso de “Comunicação e Marketing Digital na AP”, os formandos deverão ser capazes de:

- Identificar os processos de gestão da comunicação na AP.
- Aplicar as regras de comunicação interna e externa.
- Aplicar estratégias de comunicação adequadas à imagem da AP e do respetivo serviço/departamento.
- Promover a imagem organizacional junto dos media.
- Aplicar as regras de apresentação, cortesia, etiqueta e protocolo na comunicação institucional.
- Distinguir as funções e responsabilidades no processo de gestão do protocolo institucional.
- Aplicar as regras do protocolo institucional em todos os momentos em que as mesmas se tornem obrigatórias.
- Elaborar planos para a aplicação das regras de protocolo e cortesia nos eventos.
- Dominar as técnicas e conceitos de organização de eventos públicos e privados.

### **5. DESTINATÁRIOS**

São destinatários do Curso de “Comunicação e Marketing Digital na AP” os quadros da Administração Pública.



## **6. MODALIDADE, FORMA DE ORGANIZAÇÃO E METODOLOGIAS DE FORMAÇÃO**

O Curso de “Comunicação e Marketing Digital na AP” enquadra-se na seguinte modalidade e forma de organização:

**OFP** - Outra formação profissional não englobada no Catálogo Nacional de Qualificações

**Formação à Distância** – Totalmente online.

## **7. RECURSOS DIDÁCTICOS (Equipamentos)**

No desenvolvimento do Curso de “Comunicação e Marketing Digital na AP” utilizar-se-á, via ligação em rede LAN e Acesso à Internet, a aplicação “Zoom” e outros recursos informáticos que viabilizarão o leccionamento das matérias e o desenvolvimento dos trabalhos em formato *online*.

## **8. RECURSOS (SUPORTES) PEDAGÓGICOS ESSENCIAIS**

Será facultado o “Manual do Formando” em formato E-book e disponibilizados, em formato digital, os conteúdos e informação necessária ao desenvolvimento da formação.

## **9. RESULTADOS A ALCANÇAR**

Pretende-se que pelo menos 80% dos formandos obtenha um mínimo de 60 % de respostas certas no teste de avaliação final.

## **10. METODOLOGIAS DE AVALIAÇÃO**

A metodologia de avaliação do Curso de “Comunicação e Marketing Digital na AP” baseia-se na realização de Testes de avaliação inicial e final (aprendizagem) e de questionários de avaliação da ação (qualidade da formação).



## **11. DURAÇÃO (carga horária) e HORÁRIO**

O Curso de “Comunicação e Marketing Digital na AP” desenvolver-se-á durante 18 horas (6 horas/dia, 3 dias), no horário compreendido entre 09H00 e as 12H30 e entre as 14h00 e as 17h30.

## **12. PRÉ-REQUISITOS**

É pré-requisito da frequência do Curso de “Comunicação e Marketing Digital na AP” ser associado do STE e ter as quotas em dia.

## **15. REFERÊNCIAS E DATAS**

REF. 194.2020.01  
22, 23 e 24 de setembro de 2020.

## **13. FORMADOR**

Joaquim Amândio dos Santos