

**Capacitação**  
Regional

**ASSESSORIA & COMUNICAÇÃO**

# **GERENCIAMENTO INTEGRADO DA COMUNICAÇÃO, MÍDIAS SOCIAIS E ASSESSORIA DE IMPRENSA**

*Capacitação holística e integrada para Comunicadores, Assessores de Comunicação e Imprensa, com enfoque no ambiente digital: passo a passo para a elaboração de Planos de Criação de Conteúdo, além de estratégias de Relacionamento com a Imprensa (e de sua instrumentalização).*



**CARGA HORÁRIA: 24 horas**

# APRESENTAÇÃO

Em um mundo cada vez mais impulsionado pela midiatização e digitalização das relações sociais, o domínio do Gerenciamento Integrado da Comunicação, incluindo Mídias Sociais e Assessoria de Imprensa, revela-se essencial. Este curso é um convite para aprofundar-se no universo da Comunicação Digital e do Relacionamento com a Imprensa, componentes chave da Comunicação Corporativa.

Transcendendo a noção de tendência, a Comunicação Digital se estabeleceu como uma prerrogativa legal e estratégica, demandando um entendimento aprofundado das dinâmicas digitais e um alinhamento preciso entre os objetivos institucionais e as práticas comunicativas. Essa relevância é amplificada por legislações conhecidas, incluindo a Lei do Governo Digital (Lei nº 14.129/2021) e a Lei de Acesso à Informação - LAI (Lei nº 12.527/2011), que solidifica a comunicação digital não apenas como uma obrigação, mas como uma oportunidade estratégica.

Com uma abordagem que privilegia a integração e a aplicabilidade prática, o curso oferece aos participantes um mergulho nas estratégias de criação e gerenciamento de conteúdo, além de explorar as melhores práticas e ferramentas disponíveis. Ideal para profissionais de Comunicação e Assessores de Imprensa que buscam se destacar no ambiente digital, este programa guia os alunos na elaboração de planos de conteúdo e estratégias de relacionamento com a imprensa de maneira concreta e eficaz.

Assim, sob a curadoria dos professores Max Müller Cândido e Marcelle Carvalho, a CONECTA apresenta este programa imersivo, desenhado para equipar profissionais de comunicação com um entendimento robusto e habilidades práticas voltadas para o digital. Esta experiência de aprendizado visa não apenas o desenvolvimento de competências práticas, mas também prepara os participantes para maximizar as potencialidades da comunicação digital, posicionando-o como uma ferramenta vital na otimização dos processos comunicacionais dos órgãos da Administração Pública, bem como das entidades do Sistema "S", com um foco especial na excelência técnica-operacional.

## OBJETIVOS

- Apresentar os conceitos fundamentais das mídias sociais, abrangendo sua mecânica e funcionalidades, destacando a importância da comunicação eficaz nesse ambiente digital, bem como do relacionamento com a imprensa.
- Demonstrar a relevância dos artefatos na elaboração de um plano estratégico de comunicação digital nas mídias sociais com ênfase no alinhamento aos objetivos institucionais e no planejamento do calendário editorial.
- Explorar as etapas e os procedimentos necessários para a curadoria de temas, a produção de conteúdo e a inovação na linha editorial das mídias sociais.

- Fornecer estratégias e ferramentas que permitam aos gerir processos comunicacionais em mídias sociais, produzir narrativas digitais e aplicar metodologias de pesquisa para a curadoria de temas.
- Abordar técnicas de análise de dados e métricas para avaliar o desempenho da comunicação digital nas mídias sociais, possibilitando a tomada de decisões embasadas na otimização dos resultados.
- Estimular uma reflexão crítica sobre o impacto das mídias sociais na sociedade e no campo da comunicação, explorando questões éticas, jurídicas e de privacidade que surgem no contexto da Administração Pública.
- Explorar casos de sucesso de Comunicação Digital e de Relacionamento com a Imprensa, destacando exemplos e lições que possam servir de referência.

## PÚBLICO-ALVO

- Assessores parlamentares, equipes de gestão de mandato e gestores governamentais;
- Analistas, assessores e profissionais de comunicação, publicidade, marketing e relações públicas;
- Membros das equipes de comunicação e assessoria de imprensa;
- Agentes técnicos e administrativos que lidam (direta e/ou indiretamente) com a comunicação institucional;
- Profissionais de secretariado e assessoria em geral;
- Servidores do departamento/núcleo de cerimonial, protocolo e organização de eventos;
- Gestores e agentes públicos envolvidos no planejamento, criação e operações da comunicação institucional; e,
- Gestores, assessores e colaboradores de entidades do Sistema S, OSCIP, OS, ONG, fundações, institutos, agências, universidades, autarquias e empresas estatais interessados em aprimorar suas práticas laborais à luz dos temas abordados no conteúdo programático.

## PROFESSORA



### MARCELLE CARVALHO

Jornalista e mestre em Comunicação com mais de 20 anos no mercado, atuando em veículos de imprensa e comunicação corporativa de grandes empresas. Acumula experiência de mais de 15 anos atuando na gestão de comunicação e posicionamento do Sebrae. Foi Professora Mestre do Curso de MBA em Comunicação Organizacional (FAP-SP). Foi Professora Mestre dos cursos de MBA em Comunicação Organizacional, Pós-Graduação de Moda e Comunicação com o Mercado, Rádio e TV, Comunicação Institucional e Jornalismo (Universidade Bandeirantes de São Paulo). Atual Gerente de Comunicação e Conteúdo da Cidade Matarazzo.

## CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

### 1. COMUNICAÇÃO DIGITAL POSICIONAMENTO DIGITAL E A GESTÃO PÚBLICA MODERNA – A HORA E A VEZ DAS MÍDIAS SOCIAIS:

- A linha do tempo que formou a Nova Gestão Pública Moderna;
- Governo Digital e o comportamento do cidadão digital;
- Lei do Governo Digital - Lei nº 14.129/2021;
- Lei de Acesso à Informação (LAI) - Lei nº 12.527/2011;
- Publicidade vs transparência: princípios complementares ou antagônicos?
- Linguagem simples: uma questão de cidadania;
- Análise de casos

### 2. CRIAÇÃO DE CONTEÚDOS PARA MÍDIAS SOCIAIS:

- Aspectos conceituais: mídias digitais x redes sociais; interação x interatividade; principais plataformas, formatos de conteúdos e tempo de vida útil dos conteúdos em cada plataforma;
- Análise de casos de sucesso no serviço público;
- Otimização de conteúdos densos;
- Gestão integrada de conteúdo e linhas editoriais;

- Público alvo x persona e seus desdobramentos nas linhas editoriais (internalizando a máxima "quem fala com todo mundo ao mesmo tempo, não fala com ninguém").

### **3. OFICINA DE DESENVOLVIMENTO DE PERSONA:**

- Análise SWOT do plano estratégico (braço de comunicação);
- Mapeamento de dados do público alvo atual x desejado;
- Desenvolvimento da persona com o mapa de empatia.

### **4. OFICINA DE PLANEJAMENTO DA LINHA EDITORIAL DE CONTEÚDO:**

- Mapeamento das principais redes;
- Conversa com a persona;
- Desenvolvimento das linhas editoriais.

### **5. OFICINA DE PRODUÇÃO DE CONTEÚDO COM UTILIZAÇÃO DO CHATGPT COMO FERRAMENTA ACESSÓRIA:**

- Conteúdo em texto;
- Conteúdo em imagens;
- Conteúdo em vídeos (roteirização).

### **6. COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL:**

- Definições: imagem, identidade e reputação;
- A imagem organizacional e a formação da opinião pública;
- Assessoria: novos formatos de texto e de notícia;
- Relações Públicas;
- Fake News: como vencer;
- Assessoria de Imprensa.

### **7. ASSESSORIA DE IMPRENSA:**

- Ferramentas da assessoria de imprensa;
- O trabalho do assessor e os produtos da Assessoria:
  - o O release; o atendimento à imprensa; visitas; entrevistas; direito de resposta; discurso preventivo; outros "produtos" de uma assessoria de imprensa.
- Novos modelos e práticas em Assessoria de Imprensa;
- Eventos como instrumentos de divulgação.

### **8. ASSERTIVIDADE DO RELACIONAMENTO COM O ASSESSORADO:**

- Media training;
- Construção e monitoramento do discurso do assessorado;
- Discurso e imagem pública;



- Identificação e preparação da fonte correta;

- Preparação para falar em público;

## 9. PREVENÇÃO & GERENCIAMENTO DE CRISE:

- Relacionamento assessorado e assessoria na prevenção e gerenciamento de crises;
- Postura do assessor diante da crise;
- O "domínio" da informação;
- Mapeamento de potenciais crises: institucional, pessoas, relacionamento, mercado, natural e sustentabilidade.
- Estudos de casos de gerenciamento de crise.

## 10. OFICINA DE PREPARAÇÃO PARA PLANO DE GESTÃO DE CRISE NA MÍDIA:

- Grau de criticidade;
- Comitê de Crise: gestão e gerenciamento de crise;
- Estrutura de plano de ações: mitigação, preparação, resposta e recuperação (comunicação interna e padronização de processos);
- Produção de notas, boletins, comunicados e posicionamentos (frequência).

# INVESTIMENTO

**R\$ 4.100**

(quatro mil e cem reais)

### INCLUSOS NO VALOR:

- **24 horas de experiência de capacitação presencial** – *networking* e interação;
- **Certificado digital CONECTA de capacitação;**
- **Apostila** para acompanhamento das aulas;
- **Kit do aluno** contendo pasta, caneta, marca-texto e bloco de anotações;
- **3 coffee-breaks e 3 almoços** no local do evento.

# INSCRIÇÃO E PAGAMENTO

- A inscrição e contratação devem ser realizadas pelo site da CONECTA ([www.conectaconhecimento.com.br](http://www.conectaconhecimento.com.br)) ou Telefone/WhatsApp (41) 3595-9980,

sendo efetivada no envio da nota de empenho, autorização de fornecimento/serviço ou similar.

- O pagamento deverá ser realizado, em no prazo máximo de até 30 (trinta) dias após a emissão da Nota Fiscal de Serviço Eletrônica (NFS-e), em nome da **CONECTA CONHECIMENTO LTDA. (CNPJ nº. 53.272.150/0001-10)**, na seguinte conta bancária:



BANCO SICREDI (748)  
Agência: 0730 | Conta: 66694-5  
Chave PIX – CNPJ: 53.272.150/0001-10

## AGENDA & TURMAS

**São Paulo, SP**

**29, 30 E 31 de outubro | 25**

**Hotel Nacional Inn Jaraguá**

## Política de realização de eventos presenciais

A confirmação dos eventos (turmas) presenciais está condicionada à obtenção de um quórum mínimo de participantes inscritos. Por esta razão, recomendamos aos participantes a:

1. Aguardar a formalização da CONECTA em relação à confirmação da turma; e
2. Somente após receberem essa confirmação, proceder com a compra de passagens aéreas e a efetivação ou pagamento de reservas de hospedagem.

Na eventualidade de um participante precisar cancelar sua inscrição após a turma ter sido confirmada pela CONECTA, onde sua presença foi considerada no cálculo do quórum para viabilização do evento, o cancelamento deve ser realizado em até 5 (cinco) dias úteis antes do início do evento.

Por razões operacionais, administrativas ou insuficiência de quórum, a CONECTA reserva o direito unilateral de remarcar agenda, alterar a programação ou o local de realização.

[CLIQUE AQUI](#) para conhecer a nossa política e instruir o processo com segurança.

## Documentação para contratação

[CLIQUE AQUI](#) para obter acesso à documentação da CONECTA, incluindo certidões, atestados, declarações e outros documentos essenciais para a instrução do processo.





***Vamos nos conectar?***

 +55 (41) 3595-9980

 [comercial@conectaconhecimento.com.br](mailto:comercial@conectaconhecimento.com.br)

[conectaconhecimento.com.br](http://conectaconhecimento.com.br)

**ampla**  
gov. 

 **JML**  
GRUPO  
PESSOAS • SERVIÇOS • TECNOLOGIA