



CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS

OBJETO: Curso voltado para a demanda da Marinha do Brasil, com o propósito de formar colaboradores nas demandas de gestão e estratégias em comunicação.

CONTRATADA: RER - REDE EMPRESA RESPONSÁVEL DE COMUNICAÇÃO E SUSTENTABILIDADE, CURSOS, CONSULTORIAS E EDITORA EIRELI. CNPJ: 11.973.850/0001-92. I.E.: 07.540.255/001-59

CONTRATANTE: COMANDO DA MARINHA. CNPJ: 03.486.513/0001-42.

CURSO: MEDIA TRAINING, ASSESSORIA DE IMPRENSA E GESTÃO DE CRISE

CARGA HORÁRIA: 45 horas/aulas incluindo Mentorias

PERÍODO: agosto de 2024 a novembro 2024

TURNO / HORA: As aulas acontecem das 19h-22h20 (noturno) e 8h30-11h20 (caso seja aos sábados), sendo que cada hora/aula é de 50 minutos. Ou seja, em cada encontro, temos 4h/a

LOCAL: O modelo é de sala de aula AO VIVO, online, pela Plataforma Google Meet

METODOLOGIA: As aulas são ao vivo em ambiente virtual, e o aluno deve estar presente para garantia de aprendizado. Os alunos que não assistirem ao vivo, poderão assistir, como bônus, as aulas gravadas e disponibilizadas até 15 dias após a aula ao vivo. São aulas sem edição, apenas para facilitar o aprendizado do aluno, pois o contrato não prevê a compra de aulas gravadas. Fique atento ao prazo para realizá-la. Estas aulas gravadas não podem ser disponibilizadas ou copiadas, sob pena de ferir os direitos autorais da escola e dos professores.

Como o curso é certificado, para os alunos que não assistirem presencialmente, **torna-se obrigatória a realização de prova individual**, que deve ser solicitada pelo aluno, à coordenadora Joana Bicalho, para obtenção do certificado. Utilize sempre o e-mail cursosrer@gestaodacomunicacao.com ou o WhatsApp 61 981129439. Somente será emitido o certificado após a aprovação do aluno. Aos alunos que assistirem ao vivo, não serão atribuídas provas.

Todo o material de aulas, exceto vídeos e slides, podem receber download pelos alunos.

O presente contrato é celebrado entre contratado e contratante acima descrito, e leva em conta o ingresso ao curso, até a conclusão, em datas já definidas. O objeto deste trato é a prestação ao aluno, pelo CONTRATADO, de serviços pertinentes ao curso de extensão, com carga horária de acordo com o conteúdo escolhido pelo aluno.

Valor por matrícula (até 10/07/2024):



Opção a) Pagamento em 03 parcelas, ou após o curso: **R\$2.300,00** (dois mil e trezentos reais), a partir de nota de empenho antecipada ao curso. O pagamento deve ser feito até 30 dias após a emissão do certificado e conclusão da última disciplina. Valor por aluno.

Opção b) Pagamento à vista, antecipado ao curso: R\$1.890,00 (um mil, oitocentos e noventa reais).

Nota fiscal, bem como certificado de participação e aprovação serão emitidos na conclusão do pagamento e do curso sucessivamente.

REDE EMPRESA RESPONSÁVEL - RER COM E RESP SOCIAL EM REDE

BANCO 0260 - NUBANK

AGÊNCIA 0001

CONTA: 89246873-2

CNPJ: 11.973.850/0001-92

CHAVE PIX: polinize@gestaodacomunicacao.com

O cancelamento do curso dará direito ao aluno a todo o material e todas as aulas gravadas, bem como às mentorias, para outro período que julgar mais pertinente, que deve ser oficialmente informado ao contratado, por e-mail, desde que não ultrapasse a um ano da data deste contrato.

E por estarem as partes de acordo com todos os termos e condições do presente instrumento, assinam o presente contrato.

No documento em anexo, há o PLANO DE AULAS, bem como o FOLDER PROSPECTO com todas as disciplinas adquiridas a partir deste contrato.

Brasília, 21 de junho de 2024.



CONTRATADA

Joana d'Arc Bicalho Félix
Sócia Diretora

CONTRATANTE

PLANO DE AULAS

Media Training e Gestão de Crise - Introdução	3 encontro de 4h/a + mentoria Total = 15h/a	31/08/24 (manhã) 13/09/24 (noite) 14/09/2024 (manhã)	Humberto Leite Patrícia Linden Marina Simpson João José Forni Joana Bicalho
--	---	--	---

CONTEÚDO:

- A opinião pública e o cidadão como cliente e "advogado" da marca ou órgão
- Gestão de Crise e Imagem: fortalecimento da confiabilidade, reputação e credibilidade
- A crise como oportunidade de avaliação e reposicionamento
- Alinhamento do discurso da empresa junto aos diferentes porta-vozes. Metodologia, Planejamento e Determinação do Fluxo Interno que gera notícia e informação
- Uma marca - um só discurso na instituição, empresa ou governo
- Media Training técnicas aprofundadas em ambiente offline e online - O domínio de entrevistas
- O que se torna mídia em ambiente offline e online
- O plano operacional

- Comunicação em Situações de Crise
- Importância da comunicação clara e transparente
- Gestão da comunicação interna e externa
- Relações com a mídia

- Engajamento nas redes sociais: Amplie o alcance e o engajamento de suas postagens
- O que a mídia e a sociedade demandam? O que a empresa ou órgão precisa?
- Alinhamento do discurso da empresa junto aos diferentes porta-vozes. Metodologia, Planejamento e Determinação do Fluxo Interno que gera notícia e informação
- Uma marca - um só discurso na instituição, empresa ou governo
- A Clareza do objetivo final a se conquistar com a entrevista
- Só "vendo" o que bem entendo, e concordo - harmonizando pontos de vista
- Perfil do porta-voz - adaptações de acordo com o que espera seu público-alvo
- Auto-Afirmação e Posicionamento da Marca ou Órgão
- A opinião pública e o cidadão como cliente e "advogado" da marca ou órgão
- Gestão de Crise e Imagem: fortalecimento da confiabilidade, reputação e credibilidade
- A crise como oportunidade de avaliação e reposicionamento
- Entrevista coletiva e crise, diferentes cenários



- Conheça os *stakeholders*, nicho, segmentação, persona, o cliente, mídia e posicionamento para dirigir a comunicação ao público-alvo
- Técnicas de Copywriting: Gatilhos mentais na escrita persuasiva
- Parcerias com blogs e Influencers a partir de mídia espontânea: Micro influenciadores é melhor que Max Influenciadores
- Crescimento orgânico a partir do Jornalismo de Conteúdo e do Marketing de Conteúdo
- O que faz com que o Google priorize seu site na busca orgânica
- Como manter-se bem no ranking das buscas google e buscas em redes sociais?
- Trend Topics: Caminhos para o Assessor de Imprensa
- Estudo de Tags e Hashtags para o posicionamento de sua marca
- Jornalismo de Conteúdo x Marketing de Conteúdo

Gestão de Crise e Liderança	01 encontro de 4h/a + mentoria	28/09/2024 (manhã)	Patrícia Linden e José Forni
<i>A Importância da Gestão de Crises</i> • Objetivos da gestão de crises • Benefícios de um planejamento proativo <i>Componentes da Gestão de Crises</i> • Prevenção • Preparação • Resposta • Recuperação <i>Plano de Contingências</i> <i>Desenvolvimento do Plano de Contingência</i> • Identificação de riscos e ameaças • Análise de impacto nos negócios • Definição de estratégias de mitigação <i>Estrutura do Plano de Contingência</i> • Procedimentos de emergência • Comunicação durante crises • Funções e responsabilidades <i>Implementação e Teste do Plano</i> • Simulações e exercícios • Revisão e atualização contínua Respostas a Crises, Emergências e Ameaças Respostas a Crises • Ações imediatas e a curto prazo • Gestão de recursos durante crises Ferramentas e Tecnologias para Gestão de Crises			

- Sistemas de alerta precoce
- Softwares de gestão de crises

Liderança em Emergências

Características de um Líder em Crises

- Tomada de decisão sob pressão
- Habilidades de comunicação
- Resiliência e adaptabilidade

Estrutura de Comando durante Emergências

- Funções e responsabilidades da equipe de crise
- Coordenação e colaboração interdepartamental

Tomada de Decisões Rápidas e Eficientes

- Avaliação de informações
- Priorização de ações
- Gestão do estresse

Estudo de Caso: Pandemia de Covid-19

- Ameaças Inesperadas
- Cronologia e impacto global
- Medidas de contenção e resposta
- Lições Aprendidas
- Desafios enfrentados por governos e organizações
- Boas práticas e estratégias eficazes

Preparação para Ameaças Futuras

- Identificação de sinais de alerta
- Flexibilidade e adaptabilidade em planos de contingência
- Importância de um sistema de saúde robusto
-

PARA A PRÓXIMA AULA O ALUNO DEVE ESCOLHER DENTRE AS 02 DISCIPLINAS ABAIXO:

O ALUNO DEVE OPTAR POR QUAL DISCIPLINA COMPLEMENTAR IRÁ OPTAR			
opção 1			
LAI - Lei de Acesso à Informação e LGPD - Lei Geral de Proteção de Dados	01 encontro de 4h/a + mentoria	11/10/2024 (noite)	Joana Bicalho Herbert Amarante
LAI - A Lei de Acesso à Informação. • O que devo, posso, e o que não posso?			



- Como fazê-la facilitar, e não dificultar o dia-a-dia profissional.
- Como fazer de sua empresa uma excelente fonte de informações para jornalistas da mídia *online* e *offline*

LGPD - Lei Geral de Proteção de Dados e os impactos na área da comunicação organizacional.

- A Lei de Acesso à Informação - A Lei, a Medida Provisória, o que devo e o que não devo?
- Como fazer de sua empresa uma excelente fonte de informações para jornalistas da mídia online e offline.
- O impacto da LGPD, nas estratégias de comunicação da empresa.
- O contexto do tratamento de dados pessoais e as atitudes práticas a serem absorvidas.
- A coleta, armazenagem, tratamento, uso e comunicação.
- Criação de Área de Proteção de Dados.

opção 2

Marketing Digital e Funil de Vendas

01 encontro de 4h/a + mentoria

11/10/2024 (noite)

Joana Bicalho
Anderson Mancini
Rafael Bicalho

Marketing Digital

- Potencializando os textos do site para ampliar o ranqueamento na busca Google.
- Ferramentas de *Trends*.
- Como medir resultados, e como cobrar da agência resultados efetivos em investimentos no marketing digital?

Liderança aplicada na Gestão da Comunicação Organizacional

01 encontro de 4h/a + mentoria

12/10/2024 (manhã)

Joana Bicalho
Pollyana Carla

Liderança aplicada na Gestão da Comunicação Organizacional.

- Liderança e Cultura Organizacional para conquista da comunicação estratégica na empresa.
- Metodologia DISC de identificação do perfil comportamental do colaborador, do chefe, do colega de trabalho e do cliente. Dominante, Influente, Estável e Conforme.

- Comunicação não-violenta ampliando resultados em comunicação.
- Retenção de Talentos.

DISCIPLINA	DURAÇÃO	DATA	PROFESSORES
Assessoria de Imprensa e o Relacionamento com a Mídia. Da mídia espontânea ao jornalismo empresarial	3 encontros de 4h/a + mentoria Total = 15h/a	25/10 (noite) 26/10 (manhã) 08/11 (noite)	Joana Bicalho Patrícia Linden Jorge Duarte

CONTEÚDO:

AULA 1 Inteligência Artificial Aplicada ao Jornalismo: -Técnicas de Copywriting no Jornalismo WEB. -Gatilhos mentais na escrita persuasiva. -Funil de Vendas, Funil de Engajamento. -Assessoria de Comunicação 4.0 -Relacionamento e segmentação da comunicação. - Ampliando a visibilidade dos sites, blogs e Redes Sociais da empresa. - Fontes e Editoriais no universo da comunicação digital. -Dispositivos Móveis e a Inteligência Artificial. -"Pirâmide Deitada" no Jornalismo Digital. O quinto jornalismo (jornalismo 5.0).

AULA 2 Assessoria de Imprensa e o Relacionamento com a mídia: • Fortalecimento da confiabilidade; reputação e credibilidade. • Assessor e Assessorado x Fonte Jornalística: Ampliando relacionamento: Jornalistas e Fontes. • Pensando nos melhores canais de comunicação. AI na era digital: Entender as expectativas do cliente e como "jogar limpo". • A segurança e a autoconfiança na interface. • Ampliando relacionamento: Jornalistas e Fontes. • Comunicação e cultura organizacional . • Gestão estratégica da comunicação . • O perfil da mídia na atualidade (mais segmentada, menos de massa).

AULA 3 Mapa de Mensagens e Linhas de Comunicação: • Mapa de Mensagens e Linhas de Comunicação de acordo com as editorias. • Discurso adaptado a cada linha editorial e tom de voz de cada veículo digital. • As assessorias de comunicação e a comunicação empresarial. • O que é notícia? Como pautar e ter bons resultados. **Da mídia espontânea ao Jornalismo Patrocinado, Jornalismo Patrocinado:** • Publieditorial, Advertorial. Publicidade ou Jornalismo? • A ética (Ethos) na relação com os veículos de comunicação.