

CENTRO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DA MARINHA

Estudo Técnico Preliminar 80/2025**1. Informações Básicas**

Número do processo: 61228.001310/2025-38

2. Descrição da necessidade

O Departamento de Assessoria de Imprensa deste Centro identificou a necessidade de capacitar seus militares nas áreas de Media Training, Assessoria de Imprensa, Gestão de Crise e Relacionamento com a Mídia, em razão do aumento significativo da demanda por ações de comunicação institucional, atendimento à imprensa e gerenciamento de informações estratégicas.

A contratação de empresa especializada visa proporcionar qualificação técnica aos servidores e militares que atuam na área de comunicação social, assegurando o aprimoramento das competências necessárias ao desempenho eficiente das atividades de assessoria de imprensa e de comunicação estratégica.

3. Área requisitante

Área Requisitante	Responsável
Departamento de Assessoria de Imprensa	SO-AD ALESSANDRA SANCHO

4. Descrição dos Requisitos da Contratação

Os cursos serão destinados aos militares que atuam na área de comunicação, especialmente aqueles que ocupam cargos de assessoria de imprensa ou que mantêm contato direto com a mídia.

A capacitação abrangerá os seguintes temas:

- . Media Training: técnicas de comunicação com a mídia, entrevistas e produção de releases;
- . Assessoria de Imprensa: elaboração de planos de comunicação, relacionamento com jornalistas e monitoramento de notícias;
- . Gestão de Crise: identificação, prevenção e condução de situações que possam impactar a imagem institucional.

A execução ocorrerá na modalidade online, com carga horária total de 45 horas, distribuídas em quatro meses, e emissão de certificado de conclusão aos participantes.

5. Levantamento de Mercado

A pesquisa de preços para a presente contratação foi realizada considerando a inviabilidade de competição, nos termos do art. 72, inciso I, da Lei nº 14.133/2021, por se tratar de curso com características técnicas específicas e conteúdo exclusivo, ofertado apenas por empresa detentora dos direitos de exploração e comercialização.

Em razão dessa condição de exclusividade, a pesquisa foi conduzida diretamente junto à empresa fornecedora, sendo o procedimento considerado suficiente para representar o valor de mercado e demonstrar a vantajosidade da contratação para a Administração.

Registra-se que não haverá adiantamento de pagamento à contratada. Conforme informado na proposta, o pagamento antecipado ensejaria valor inferior; contudo, por opção administrativa e observância ao princípio da economicidade, o pagamento será efetuado somente após a execução do serviço, razão pela qual as notas fiscais utilizadas como referência apresentam valores distintos, refletindo condições de pagamento diversas (antecipado x pós-pago).

A pesquisa foi formalmente registrada no processo administrativo, atendendo ao disposto no art. 23 da Lei nº 14.133 /2021 e às boas práticas previstas no Caderno de Logística – Pesquisa de Preços da Administração Pública Federal.

6. Descrição da solução como um todo

A solução proposta consiste na contratação de empresa especializada para a realização dos cursos de Media Training, Assessoria de Imprensa, Gestão de Crise e Relacionamento com a Mídia, voltados à capacitação dos militares que integram o Departamento de Assessoria de Imprensa deste Centro.

Os cursos serão ofertados na modalidade online, com carga horária total de 45 horas, distribuídas ao longo de quatro meses, contemplando aulas síncronas e assíncronas, com acesso a materiais digitais e emissão de certificado individual de conclusão.

A metodologia proposta envolve exposição teórica, estudos de caso, simulações práticas e exercícios de aplicação, buscando o desenvolvimento de habilidades comunicacionais, estratégicas e de gerenciamento de crises, indispensáveis ao fortalecimento da imagem institucional e à comunicação eficiente com a sociedade.

A execução ocorrerá por empresa detentora de conteúdo exclusivo e reconhecida experiência na área, assegurando a qualidade técnica e pedagógica necessária à plena consecução dos objetivos da capacitação.

Logo, a solução vislumbrada será a realização de inexigibilidade de licitação, com fulcro na alínea f), inciso III, art. 74 da lei 14.133/2021.

7. Estimativa das Quantidades a serem Contratadas

Serão contratadas 02 (duas) vagas para cada curso: MEDIA TRAINING, ASSESSORIA DE IMPRENSA E GESTÃO DE CRISE e do ASSESSORIA DE IMPRENSA, MEDIA TRAINING E O RELACIONAMENTO COM A MÍDIA.

8. Estimativa do Valor da Contratação

Valor (R\$): 9.000,00

CURSO		QTD DE MILITARES	VALOR UNITÁRIO	VALOR TOTAL POR CURSO
1	MEDIA TRAINING, ASSESSORIA DE IMPRENSA E GESTÃO DE CRISE	2	R\$ 2.300,00	R\$ 4.600,00
2	ASSESSORIA DE IMPRENSA, MEDIA TRAINING E O RELACIONAMENTO COM A MÍDIA	2	R\$ 2.200,00	R\$ 4.400,00
VALOR TOTAL				R\$ 9.000,00

9. Justificativa para o Parcelamento ou não da Solução

Não é possível que ocorra o parcelamento da solução, em virtude de se tratar de uma contratação por inexigibilidade de licitação.

10. Contratações Correlatas e/ou Interdependentes

Informo que não há contratações que guardem relação/afinidade com o objeto da contratação pretendida, nem contratações futuras.

11. Alinhamento entre a Contratação e o Planejamento

A despesa a ser realizada utilizará as metas aprovadas pelos códigos PAR 0020/2025 (CURSO MEDIA TRAINING, ASSESSORIA DE IMPRENSA E GESTÃO DE CRISE) e 0355/2025 (CURSO ASSESSORIA DE IMPRENSA, MEDIA TRAINING E O RELACIONAMENTO COM A MÍDIA), tendo em vista que a mesma consta no Plano de Aplicação de Recursos 2025.

A referida contratação, também, encontra-se aprovada no Plano de Contratações Anual do Centro de Comunicação Social da Marinha, conforme detalhamento a seguir:

I) ID PCA no PNCP: 00394502000144-0-000022/2025;

II) Data de publicação no PNCP: 27/01/2025;

III) Id do item no PCA: 306;

IV) Classe/Grupo: 929 - OUTROS SERVIÇOS DE EDUCAÇÃO E TREINAMENTO; e

V) Identificador da Futura Contratação: 711100-83/2025.

12. Benefícios a serem alcançados com a contratação

Proporcionar qualificação de militares do Departamento de Assessoria de Imprensa deste Centro, suprimindo a necessidade de mão de obra qualificada para atender a alta demanda do Departamento.

13. Providências a serem Adotadas

Não há necessidade de adoção de providências específicas por parte da administração previamente à celebração do contrato, considerando que o serviço não exige adequações.

14. Possíveis Impactos Ambientais

Trata-se de atividade predominantemente intelectual e educativa, com impactos ambientais indiretos e de baixa materialidade.

O CONTRATADO deverá observar o princípio do desenvolvimento nacional sustentável previsto no art. 5º da Lei nº 14.133/2021, bem como as orientações do Guia Nacional de Contratações Sustentáveis da AGU, inclusive adotar práticas compatíveis com a natureza do objeto que reduzam impactos ambientais.

15. Declaração de Viabilidade

Esta equipe de planejamento declara **viável** esta contratação.

15.1. Justificativa da Viabilidade

A contratação proposta mostra-se viável técnica e economicamente, considerando os levantamentos realizados, o alinhamento ao planejamento estratégico institucional e a compatibilidade com os recursos orçamentários disponíveis.

16. Responsáveis

Todas as assinaturas eletrônicas seguem o horário oficial de Brasília e fundamentam-se no §3º do Art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).

Documento assinado digitalmente
 **ALESSANDRA PINTO SANCHO**
Data: 20/10/2025 16:24:27-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

ALESSANDRA PINTO SANCHO

Equipe de apoio

Lista de Anexos

Atenção: Apenas arquivos nos formatos ".pdf", ".txt", ".jpg", ".jpeg", ".gif" e ".png" enumerados abaixo são anexados diretamente a este documento.

- Anexo I - PROPOSTA MARINHA - cronograma AGO 2 9.13 2025 - CURSO MTGC - Media Training e Gestão de Crise.pdf (222.79 KB)
- Anexo II - PROPOSTA ITEM 2 - CURSO AIMTRM - Assessoria de Imprensa, Media Training e o Relacionamento com a Mídia-2.pdf (117.28 KB)
- Anexo III - NOTAS FISCAIS - COMPARATIVO DE PREÇOS.pdf (1.09 MB)
- Anexo IV - NOTAS FISCAIS -COMPARATIVO ITEM 2.pdf (716.43 KB)
- Anexo V - certidões.pdf (327.72 KB)

CENTRO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DA MARINHA

Matriz de Gerenciamento de Riscos 74/2025

1. Informações Básicas

Número da Matriz de Alocação de Riscos

74/2025

Objeto da Matriz de Riscos

Curso de Media Training, Assessoria de Imprensa e Gestão de Crise e Assessoria de Imprensa, Media Training e o Relacionamento com a Mídia.

Responsável pela Edição

ALESSANDRA PINTO SANCHO

Data de Criação

07/10/2025 15:32

2. Histórico de Revisões

Nenhuma Revisão encontrada.

3. Riscos Identificados

Número	Risco	Causa do Risco	Fase	Alocado para	Nível do Risco (I x P)	Nº Item
R-01	Não cumprimento do contrato	Inadimplemento do fornecedor (cancelamento ou não cumprimento do cronograma)	Gestão de Contrato	Contratada	Baixo	
	Impactos					
1	ALTO					
	Ações Preventivas					
P-01	Formalizar contrato com cláusulas claras de penalidade. Solicitar cronograma detalhado e histórico da empresa. Responsável: ALESSANDRA PINTO SANCHO					
	Ações de Contingência					
C-01	Solicitação de nova turma, reagendamento, ou contratação de fornecedor substituto em caráter emergencial. Responsável: ALESSANDRA PINTO SANCHO					

Número	Risco	Causa do Risco	Fase	Alocado para	Nível do Risco (I x P)	Nº Item
R-02	Problemas técnicos na plataforma	Professor/Palestrante anunciado não comparecer imprevistos pessoais/profissionais, incompatibilidade de agenda, desistência, falhas contratuais.	Gestão de Contrato	Contratada	Médio	
	Impactos					
1	Militar inscrito no curso não adquirir os conhecimentos ofertados pelo mesmo.					
	Ações Preventivas					
P-01	Cláusula contratual de obrigatoriedade; confirmação prévia de agenda docente. Responsável: ALESSANDRA PINTO SANCHO					
	Ações de Contingência					
C-01	Substituição com aprovação; reagendamento da aula; compensação acordada. Responsável: ALESSANDRA PINTO SANCHO					

Número	Risco	Causa do Risco	Fase	Alocado para	Nível do Risco (I x P)	Nº Item
R-03	Emissão/Recebimento de certificado	Dificuldade no recebimento de certificado para servidores e/ou dificuldade de emissão do mesmo pela contratada.	Gestão de Contrato	Contratada	Médio	
	Impactos					
1	Afeta diretamente a comprovação da execução da capacitação e a motivação dos servidores.					
	Ações Preventivas					
P-01	Confirmar com o fornecedor a política de emissão e entrega de certificados. Acompanhar cronograma de entrega. Responsável: ALESSANDRA PINTO SANCHO					
	Ações de Contingência					
C-01	Solicitar declaração provisória de participação até a emissão oficial. Responsável: ALESSANDRA PINTO SANCHO					

4. Acompanhamento das Ações de Tratamento de Riscos

Nenhum acompanhamento incluído.

5. Responsáveis / Assinantes

Nenhum responsável assinante incluído.

 Documento assinado digitalmente
ALESSANDRA PINTO SANCHO
Data: 20/10/2025 16:29:51-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>



MINISTÉRIO DA DEFESA
MARINHA DO BRASIL
CENTRO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DA MARINHA

MAPA COMPARATIVO DE PREÇOS - PROCESSO nº 61228.001310/2025-38

Pesquisa de preços destinada a LICITAÇÃO / ADESÃO / COMPRA DIRETA / CONTRATAÇÃO DIRETA ADITIVAÇÃO CONTRATUAL ?	INEXIGIBILIDADE
--	-----------------

ITEM: 01	Curso Media Training, Assessoria de Imprensa e Gestão de Crise.										
NUMERAÇÃO	VALOR (R\$)	UF	CATMAT CATSER	MEDIANA	MÉDIA	MENOR	MÉTODO A SER UTILIZADO	QTD	UNITÁRIO		VALOR TOTAL
Pesquisa 1	R\$ 1.890,00	U N	19321	R\$ 2.300,00	R\$ 2.163,33	R\$ 1.890,00	MEDIANA	2	R\$ 2.300,00	R\$ 4.600,00	
Pesquisa 2	R\$ 2.300,00										
Pesquisa 3	R\$ 2.300,00										
Desvio Padrão	R\$ 236,71	valores de pesquisa heterogêneos afetando a média. Recomenda-se a eliminação dos extremos, ou seja, substituir a pesquisa que distorce a média da amostra, conforme o entendimento consolidado pelo Acórdão 2.943/2013-TCU-Plenário (TC-023.919/2012-4)									
Coefficiente de Variação	11%										

FONTES CONSULTADAS:	
Pesquisa 1	PESQUISA COM FORNECEDOR DE ACD COM PARÂMETRO II ART. 5 DA IN 65/2021. NF nº 29/2024
Pesquisa 2	PESQUISA COM FORNECEDOR DE ACD COM PARÂMETRO II ART. 5 DA IN 65/2021. NF nº 42/2025
Pesquisa 3	PESQUISA COM FORNECEDOR DE ACD COM PARÂMETRO II ART. 5 DA IN 65/2021. Proposta da Empresa

ITEM: 02	Curso Assessoria de Imprensa, Media Training e o Relacionamento com a Mídia.									
NUMERAÇÃO	VALOR (R\$)	UF	CATMAT CATSER	MEDIANA	MÉDIA	MENOR	MÉTODO A SER UTILIZADO	QTD	UNITÁRIO	VALOR TOTAL
Pesquisa 1	R\$ 1.890,00	U N	19321	R\$ 2.200,00	R\$ 2.130,00	R\$ 1.890,00	MEDIANA	2	R\$ 2.200,00	R\$ 4.400,00
Pesquisa 2	R\$ 2.200,00									
Pesquisa 3	R\$ 2.300,00									
Desvio Padrão	R\$ 1.890,00	valores de pesquisa heterogêneos afetando a média. Recomenda-se a eliminação dos extremos, ou seja, substituir a pesquisa que distorce a média da amostra, conforme o entendimento consolidado pelo Acórdão 2.943/2013-TCU-Plenário (TC-023.919/2012-4)								
Coefficiente de Variação	89%									

FONTES CONSULTADAS:	
Pesquisa 1	PESQUISA COM FORNECEDOR DE ACD COM PARÂMETRO II ART. 5 DA IN 65/2021. NF nº 42/2025
Pesquisa 2	PESQUISA COM FORNECEDOR DE ACD COM PARÂMETRO II ART. 5 DA IN 65/2021. NF nº 34/2024
Pesquisa 3	PESQUISA COM FORNECEDOR DE ACD COM PARÂMETRO II ART. 5 DA IN 65/2021. Proposta da Empresa

Brasília, DF, na data da assinatura.

gov.br

Documento assinado digitalmente
ALESSANDRA PINTO SANCHO
Data: 16/10/2025 16:02:59-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

ALESSANDRA PINTO SANCHO
Suboficial (AD)
Responsável pela Pesquisa de Preços

valores de pesquisa heterogêneos afetando a média. Recomenda-se a eliminação dos extremos, ou seja, substituir a pesquisa que distorce a média da amostra, c

conforme o entendimento consolidado pelo Acórdão 2.943/2013-TCU-Plenário (TC-023.919/2012-4)



PODER JUDICIÁRIO
JUSTIÇA DO TRABALHO

CERTIDÃO NEGATIVA DE DÉBITOS TRABALHISTAS

Nome: RER - REDE EMPRESA RESPONSÁVEL DE COMUNICAÇÃO E SUSTENTABILIDADE, CURSOS, CONSULTÓRIAS E EDITORA LTDA (MATRIZ E FILIAIS)

CNPJ: 11.973.850/0001-92

Certidão nº: 58093909/2025

Expedição: 29/09/2025, às 14:51:19

Validade: 28/03/2026 - 180 (cento e oitenta) dias, contados da data de sua expedição.

Certifica-se que **RER - REDE EMPRESA RESPONSÁVEL DE COMUNICAÇÃO E SUSTENTABILIDADE, CURSOS, CONSULTÓRIAS E EDITORA LTDA (MATRIZ E FILIAIS)**, inscrito(a) no CNPJ sob o nº **11.973.850/0001-92**, **NÃO CONSTA** como inadimplente no Banco Nacional de Devedores Trabalhistas.

Certidão emitida com base nos arts. 642-A e 883-A da Consolidação das Leis do Trabalho, acrescentados pelas Leis ns.º 12.440/2011 e 13.467/2017, e no Ato 01/2022 da CGJT, de 21 de janeiro de 2022. Os dados constantes desta Certidão são de responsabilidade dos Tribunais do Trabalho.

No caso de pessoa jurídica, a Certidão atesta a empresa em relação a todos os seus estabelecimentos, agências ou filiais.

A aceitação desta certidão condiciona-se à verificação de sua autenticidade no portal do Tribunal Superior do Trabalho na Internet (<http://www.tst.jus.br>).

Certidão emitida gratuitamente.

INFORMAÇÃO IMPORTANTE

Do Banco Nacional de Devedores Trabalhistas constam os dados necessários à identificação das pessoas naturais e jurídicas inadimplentes perante a Justiça do Trabalho quanto às obrigações estabelecidas em sentença condenatória transitada em julgado ou em acordos judiciais trabalhistas, inclusive no concernente aos recolhimentos previdenciários, a honorários, a custas, a emolumentos ou a recolhimentos determinados em lei; ou decorrentes de execução de acordos firmados perante o Ministério Público do Trabalho, Comissão de Conciliação Prévia ou demais títulos que, por disposição legal, contiver força executiva.



Improbidade Administrativa e Inelegibilidade

Certidão Negativa

Certifico que nesta data (29/09/2025 às 14:54) NÃO CONSTA no Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Ato de Improbidade Administrativa e Inelegibilidade registros de condenação com trânsito em julgado ou sanção ativa quanto ao CNPJ nº 11.973.850/0001-92.

A condenação por atos de improbidade administrativa não implica automático e necessário reconhecimento da inelegibilidade do condenado.

Para consultas sobre inelegibilidade acesse portal do TSE em <http://divulgacandcontas.tse.jus.br/>

Esta certidão é expedida gratuitamente. Sua autenticidade pode ser por meio do número de controle 68DA.C7CB.53D9.8459 no seguinte endereço: https://www.cnj.jus.br/improbidade_adm/autenticar_certidao.php



MINISTÉRIO DA FAZENDA
Secretaria da Receita Federal do Brasil
Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional

**CERTIDÃO NEGATIVA DE DÉBITOS RELATIVOS AOS TRIBUTOS FEDERAIS E À DÍVIDA
ATIVA DA UNIÃO**

**Nome: RER - REDE EMPRESA RESPONSÁVEL DE COMUNICAÇÃO E SUSTENTABILIDADE,
CURSOS, CONSULTÓRIAS E EDITORA LTDA**
CNPJ: 11.973.850/0001-92

Ressalvado o direito de a Fazenda Nacional cobrar e inscrever quaisquer dívidas de responsabilidade do sujeito passivo acima identificado que vierem a ser apuradas, é certificado que não constam pendências em seu nome, relativas a créditos tributários administrados pela Secretaria da Receita Federal do Brasil (RFB) e a inscrições em Dívida Ativa da União (DAU) junto à Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional (PGFN).

Esta certidão é válida para o estabelecimento matriz e suas filiais e, no caso de ente federativo, para todos os órgãos e fundos públicos da administração direta a ele vinculados. Refere-se à situação do sujeito passivo no âmbito da RFB e da PGFN e abrange inclusive as contribuições sociais previstas nas alíneas 'a' a 'd' do parágrafo único do art. 11 da Lei nº 8.212, de 24 de julho de 1991.

A aceitação desta certidão está condicionada à verificação de sua autenticidade na Internet, nos endereços <<http://rfb.gov.br>> ou <<http://www.pgfn.gov.br>>.

Certidão emitida gratuitamente com base na Portaria Conjunta RFB/PGFN nº 1.751, de 2/10/2014.

Emitida às 16:52:22 do dia 16/09/2025 <hora e data de Brasília>.

Válida até 15/03/2026.

Código de controle da certidão: **D79A.0D99.E6B7.F39E**

Qualquer rasura ou emenda invalidará este documento.

[Voltar](#)[Imprimir](#)

Certificado de Regularidade do FGTS - CRF

Inscrição: 11.973.850/0001-92

Razão RER COMUNICACAO

Social:

Endereço: CON VILLE MONTAGNE QUADRA 15 LOTE 13 / SETOR HABITACIONAL
/ BRASILIA / DF / 71680-357

A Caixa Econômica Federal, no uso da atribuição que lhe confere o Art. 7, da Lei 8.036, de 11 de maio de 1990, certifica que, nesta data, a empresa acima identificada encontra-se em situação regular perante o Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS.

O presente Certificado não servirá de prova contra cobrança de quaisquer débitos referentes a contribuições e/ou encargos devidos, decorrentes das obrigações com o FGTS.

Validade: 19/09/2025 a 18/10/2025

Certificação Número: 2025091907541643677981

Informação obtida em 29/09/2025 14:53:25

A utilização deste Certificado para os fins previstos em Lei esta condicionada a verificação de autenticidade no site da Caixa:
www.caixa.gov.br

R=DE

PLANO DE AULAS

CURSO: Assessoria de Imprensa, Media Training e o Relacionamento com a Mídia

CARGA HORÁRIA: 45 horas/atividades, incluindo mentorias

PERÍODO: 21/02/2025 a 17/05/2025

valor com nota de empenho:

R\$ 2.200,00 por aluno, para matriculados em Fevereiro de 2025

Atenção: a ordem dos professores e aulas tendem a ser as que se apresentam. Mas não é possível garantir, pois professores muitas vezes são chamados para atividades no governo ou palestras de última hora. Neste caso, trocamos a ordem para não perder a qualidade dos professores.

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	21/02 (noite) 22/02 (manhã) 06/03 (noite - quinta - excepcionalmente)	Joana Bicalho Humberto Leite Patrícia Linden Jorge Duarte

CONTEÚDO:

AULA: **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). (Humberto Leite e Patrícia Linden)

AULA: **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. (Humberto Leite, Jorge Duarte e Joana Bicalho)

AULA: **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). (Joana Bicalho)

DISCIPLINA	DURAÇÃO	DATA	PROFESSORES
Assessoria de Comunicação, Jornalismo Web e Assessoria de Imprensa em redes sociais	2 encontros de 4h/a + mentoria Total = 10h/a	07/03 (noite) 08/03 (manhã)	Diogo Lombardi Joana Bicalho Rafael Bicalho

CONTEÚDO:

AULA 1a: **AIRS .Google ADS, Facebook e Instagram ADS, SMA e SMO - Marketing** Instagram, Facebook, Twitter, Linkedin. Ampliando alcance e engajamento das postagens.

AULA 1b: **Jornalismo Web e crescimento orgânico no Jornalismo Empresarial.** Crescimento Orgânico em Redes Sociais a partir da AI e do JE .Técnicas de Copywriting: Gatilhos mentais na escrita persuasiva. .Trend Topics: Caminhos para o Assessor de Imprensa. .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.

AULA 2: **AC = RSAC.**O uso das redes sociais pela assessoria de comunicação. .Funil de engajamento: ATRAIR, GERAR LEADS, FECHAR NA SUA CAUSA,

FIDELIZAR. .Engajamento nas redes sociais: Amplie o alcance e o engajamento de suas postagens. O papel de cada área da Comunicação Integrada em Redes Sociais (Jornalismo Empresarial, Assessoria de Imprensa, Publicidade e Propaganda e Relações Públicas. .Os diferentes stakeholders com que sua empresa precisa se comunicar em PP, RP, AI e JE: Stakeholder, nicho, segmentação, persona, mídia, ações segmentadas. .Comunidades temáticas a partir da sua página em redes sociais ou de seu site Parcerias com blogs e Influencers a partir de mídia espontânea: Micro influenciadores é melhor que Max Influenciadores. .Como manter-se bem no ranking das buscas google e buscas em redes sociais? .Estudo de Tags e Hashtags para o posicionamento de sua marca.

CURSO	DURAÇÃO	DATA	PROFESSORES
Media Training Introdução	3 encontro de 4h/a + mentoria Total = 15h/a	05/04 (manhã) 18/04 (noite) 19/04 (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
 - 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
 - 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
 - Entrevista coletiva em 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

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

03/05 (manhã)

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	16/05 (noite)	Joana Bicalho Carol Lopes 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?

opção 3

Liderança aplicada na Gestão da Comunicação Organizacional	01 encontro de 4h/a + mentoria	17/05 (manhã)	Joana Bicalho Pollyana Carla Flávio Coelho
---	--------------------------------	---------------	--

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, Influyente, Estável e Conforme.
- Comunicação não-violenta ampliando resultados em comunicação.
- Retenção de Talentos.

PROPOSTA DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS

OBJETO: Curso voltado para a demanda da Marinha do Brasil, com o propósito de formar colaboradores em 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: Comunicação Estratégica e Integrada 360°.

CARGA HORÁRIA: 90 horas/atividades, incluindo Aulas + Mentorias.

PERÍODO: 13/10/2025 até 10/03/2026 - Aulas quinzenais sendo segundas à noite e terças à noite, sempre com intervalo quinzenal. Semana sim, semana não.

TURNO / HORA: 19h-22h20 (noturno), 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 21/09/2025) R\$ 4.200,00. Após esta data, R\$ 4.800,00. Com pagamento após o curso - nota de empenho.

Pagamento antecipado até 21/09/2025: R\$ 3.800,00.

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

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, 17 de setembro de 2025.

CONTRATADA

Joana d’Arc Bicalho Félix
Sócia Diretora

CONTRATANTE

Comunicação Estratégica e Integrada

Curso Completo 90h/a

Turma 2.81/25

PLANO DE AULAS

DISCIPLINA	DURAÇÃO	PROFESSORES
Plano de Comunicação Integrada em Mídia Online e Offline	4 encontros de 4h/a + mentoria Total = 15h/a	Alexandre Santana Joana Bicalho

CONTEÚDO:

AULA 1 Plano de Comunicação Integrada em Mídia Online e Offline - Comunicação 360 graus que inclui a Comunicação Institucional, Mercadológica (ou Atitudinal) e Interna. Desafios na Comunicação Integrada. • Da Comunicação Estratégica à Comunicação Integrada. • A diferença entre Estratégia, Objetivos e Metas. • Mercado, Nicho, Segmentação, Persona. • A convergência das áreas de Publicidade e Propaganda, Assessoria de Imprensa, Jornalismo Empresarial e Relações Públicas e Institucionais na Assessoria de Comunicação. • A Comunicação Institucional e a Comunicação para a Atitude (ou Comunicação Mercadológica) tanto no ambiente interno quanto no ambiente externo. • Do briefing prático alinhado à estratégia organizacional. • Em que momento despertar o interesse; criar relacionamento; ou trabalhar com dados, fatos e testemunhais? (PP, RP, AI).

AULA 2 Relações com os diferentes stakeholders incluídas no Plano de Comunicação Integrada. • A base das Relações Públicas online, representando o marketing de relacionamento, o marketing one-by-one e o marketing viral. • Como estimular compartilhamentos, comentários, chats, fóruns, e ferramentas de Inbound a partir do trabalho do Jornalismo Empresarial.

AULA 3 Metodologia para o Plano de Comunicação Integrada em Mídia online e offline. • Do Plano Estratégico ao Plano Tático e, deste, aos Planos Operacionais. • A praticidade do Canvas dando fluência ao Plano de comunicação integrada Online e

Offline.

AULA 4 Redes Sociais e Jornalismo Web Introdução Introdução ao SMM e ao SMO
Em que momento despertar o interesse; criar relacionamento; ou trabalhar com dados, fatos e testemunhais? (PP, RP, AI).

DISCIPLINA	DURAÇÃO	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	Joana Bicalho Humberto Leite Patrícia Linden Jorge Duarte Cesar Campos de Lima

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. • O que se torna mídia em ambiente offline e online 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.

Pautas, Canais, Fluxo da comunicação, pautas paralelas no ar, monitoramento de resultados pela Assessoria de Imprensa. (Cesar Campos de Lima)

A prática operacional do Plano de Comunicação - o que cabe à área de assessoria de imprensa. Cronograma e Fluxograma; Briefing e Brainstorming; Produção de Conteúdo; Poder de Convencimento; Publicação. (Gabriela Fernandes)

DISCIPLINA	DURAÇÃO	PROFESSORES
Assessoria de Comunicação, Jornalismo Web e Assessoria de Imprensa em redes sociais	2 encontros de 4h/a + mentoria Total = 10h/a	Luana Pessoa Joana Bicalho LINKS PARA AS AULAS GRAVADAS
<u>CONTEÚDO:</u> AULA 1a: AIRS .Google ADS, Facebook e Instagram ADS, SMA e SMO - Marketing Instagram, Facebook, Twitter, Linkedin. Ampliando alcance e engajamento das postagens.		

AULA 1b: **Jornalismo Web e crescimento orgânico no Jornalismo Empresarial.**

Crescimento Orgânico em Redes Sociais a partir da AI e do JE .Técnicas de Copywriting: Gatilhos mentais na escrita persuasiva. .Trend Topics: Caminhos para o Assessor de Imprensa. .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.

- Engajamento nas redes sociais: Amplie o alcance e o engajamento de suas postagens
- 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

AULA 2: **AC = RSAC.**O uso das redes sociais pela assessoria de comunicação. .Funil de engajamento: ATRAIR, GERAR LEADS, FECHAR NA SUA CAUSA, FIDELIZAR. .Engajamento nas redes sociais: Amplie o alcance e o engajamento de suas postagens. O papel de cada área da Comunicação Integrada em Redes Sociais (Jornalismo Empresarial, Assessoria de Imprensa, Publicidade e Propaganda e Relações Públicas. .Os diferentes stakeholders com que sua empresa precisa se comunicar em PP, RP, AI e JE: Stakeholder, nicho, segmentação, persona, mídia, ações segmentadas. .Comunidades temáticas a partir da sua página em redes sociais ou de seu site Parcerias com blogs e Influencers a partir de mídia espontânea: Micro influenciadores é melhor que Max Influenciadores. .Como manter-se bem no ranking das buscas google e buscas em redes sociais? .Estudo de Tags e Hashtags para o

posicionamento de sua marca.

DISCIPLINA	DURAÇÃO	PROFESSORES
Comunicação Estratégica e Comunicação Organizacional	2 encontros de 4h/a + mentoria Total = 10h/a	Margarida Kunsch Joana Bicalho

CONTEÚDO:

Comunicação Estratégica e Comunicação Organizacional. Um olhar Estratégico e Tático e Comunicação 360 graus que inclui a Comunicação Institucional, Mercadológica (ou Atitudinal) e Interna. Desafios na Comunicação Integrada

- O que é Estratégia Organizacional? • Qual o papel da assessoria de comunicação para corroborar com o Sistema Estratégico? • A ligação da estratégia de comunicação com a missão e visão organizacional. • Comunicação Organizacional: como é vista e aplicada por países e autores? • Um olhar Estratégico e Tático na comunicação 360 graus
- Comunicação 360 graus que inclui a Comunicação Institucional, Mercadológica (ou Atitudinal) e Interna. Desafios na Comunicação Integrada Comunicação Interna: Desafio conjunto às áreas de comunicação e de gestão de pessoas

DISCIPLINA	DURAÇÃO	PROFESSORES
Mapa Estratégico de Comunicação facilitando o posicionamento da área, na empresa	1 encontro de 4h/a + mentoria Total = 5h/a	Joana Bicalho

CONTEÚDO:

- Mapa Estratégico de Comunicação facilitando o posicionamento da área, na empresa
- Capital Humano

- Recursos Necessários
- Posicionamento
- Objetivos e Metas
- Missão
- Visão
- Estratégias

CURSO	DURAÇÃO	PROFESSORES
Media Training e Gestão de Crise - Introdução	3 encontro de 4h/a + mentoria Total = 15h/a	João José Forni Sérgio Mouraj Humberto Leite Patrícia Linden Joana Bicalho

CONTEÚDO:

- Linguagem, gesticulação, tom de voz e noções básicas de iluminação e enquadramento para auto filmagem ou entrevistas remotas
 - Produção de Lives e Stories, participação em debates e rodadas
 - Como posicionar-se institucionalmente para talks no canal Youtube.
 - Etiqueta digital, sobre como se posicionar em redes sociais de maneira colaborativa como "representante" da marca.
 - Orientações e recomendações para autofilmagem e/ou produção de conteúdo in loco para redes sociais institucionais e de oportunidade (video selfie e outros).
 - Técnicas de storytelling para criar mensagens envolventes
 - Uso de linguagem corporal e expressão vocal em vídeos e apresentações
 - Como transmitir mensagens técnicas de forma acessível e atraente
 - Simulação de cenários para respostas rápidas e eficazes
-
- 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.
 - Entrevista coletiva e crise, diferentes cenários.

- A crise como oportunidade de avaliação e reposicionamento
- Uma marca - um só discurso na instituição, empresa ou governo: Alinhamento do discurso da empresa junto aos diferentes porta-vozes. Metodologia, Planejamento e Determinação do Fluxo Interno que gera notícia e informação.
- Comunicação em Situações de Crise : Importância da comunicação clara e transparente. A pró-atividade.
- Gestão da comunicação interna na crise: Alinhamento do discurso da empresa junto aos diferentes porta-vozes. Metodologia, Planejamento e Determinação do Fluxo Interno que gera notícia e informação.
- Gestão da comunicação externa na crise. Relações com a mídia
- O plano operacional na gestão de crise.
- Media Training técnicas aprofundadas em ambiente offline e online - O domínio de entrevistas
- A Clareza do objetivo final a se conquistar com a entrevista
- Perfil do porta-voz - adaptações de acordo com o que espera seu público-alvo
- Auto-Afirmação e Posicionamento da Marca ou Órgão

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

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

Joana 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

Joana Bicalho
Flávio Coelho

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, Influyente, Estável e Conforme.
- Comunicação não-violenta ampliando resultados em comunicação.
- Retenção de Talentos.