



Prédio I, Esplanada das Secretarias, Praça dos Girassóis, Centro. CEP 77.001-002 - Palmas/TO www.secom.to.gov.br

AUTOS SGD Nº: 2025/11010/000460

INTERESSADO: SECRETARIA COMUNICAÇÃO DO ESTADO DO TOCANTINS.

ASSUNTO: Inscrição em curso de capacitação para 04 (quatro) servidores.

TERMO DE REFERÊNCIA Nº 001/2025 - LICITA

(SGD 2025/11019/004469)

SOLICITANTE	
COMISSÃO ESPECIAL DE LICITAÇÃO DA SECRETARIA DA COMUNICAÇÃO DO ESTADO DO TOCANTINS	
DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA	
Fonte de Recursos:	15000000000666666
Classificação Orçamentária:	11010.24.128.1166.2394
Natureza da Despesa:	33.90.39
Ação / PPA / Orçamento:	Capacitação Técnica, Treinamento e Formação Continuada

1. DAS CONDIÇÕES GERAIS DA CONTRATAÇÃO (art. 6º, inciso XXIII, alíneas “a” e “i”, da Lei Federal nº 14.133/2021)

1.1 Definição do Objeto: A presente contratação tem por objeto custeio de 04 (quatro) inscrições no curso de “**CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO (PUBLICIDADE, COMUNICAÇÃO, MARKETING DIGITAL E LIVE MARKETING)**”, promovido pelo ICOGESP (Instituto de Consultoria e Gestão Pública), a ser realizado presencialmente nos dias 24, 25 e 26 de novembro de 2025, em Palmas/TO.

1.1.1. A contratação visa atender às necessidades da Comissão Especial de Licitação da Secretaria da Comunicação do Estado do Tocantins, por meio da capacitação de servidores, conforme condições e exigências estabelecidas neste Termo de Referência.

1.2 Detalhamento do Objeto:





Item	Qtd.	Und.	Código Siga	Descrição	Valor Total
1	04	Serv.	00027515	Congresso/Seminário/Simpósio/Conferência - Participação em curso, presencial.	R\$ 10.404, 00

1.2.1. O custo total da contratação é de **R\$ 10.404,00** (dez mil quatrocentos e quatro reais), para 04 (quatro) participantes, conforme a tabela retro.

1.2.2. Nos termos do artigo 95 da Lei Federal nº 14.133/2021, o Termo de Contrato será substituído pela Nota de Empenho.

2. FUNDAMENTAÇÃO E DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO (art. 6º, inciso XXIII, alínea “b”, da Lei Federal nº 14.133/2021).

2.1. O objeto deste Termo de Referência fundamenta-se no Decreto Estadual nº 6.606, de 28 de março de 2023, na Lei Federal nº 14.133, de 1º de abril de 2021, e demais legislações correlatas, aplicando-se subsidiariamente, no que couber.

2.2. Dessa forma, a contratação do Instituto em referência fundamenta-se na alínea “f”, do inciso III, e no § 3º do art. 74, combinados com a alínea “f”, do inciso XVIII, do art. 6º, todos da Lei Federal nº 14.133/2021, os quais preveem a inexigibilidade de licitação para a contratação de serviços técnicos especializados, quando houver a notória especialização do contratado, especialmente aqueles voltados ao treinamento e aperfeiçoamento de pessoal no âmbito da Administração Pública.

2.3. A participação dos 04 (quatro) servidores da Secretaria da Comunicação do Estado do Tocantins se justifica pela necessidade de permanente capacitação e atualização profissional, especialmente no que se refere ao aperfeiçoamento do conhecimento técnico e jurídico sobre temas essenciais à Administração Pública, em especial contratação de serviços de publicidade institucional e comunicação digital.

2.4. A atuação nos procedimentos licitatórios de contratação de serviços de publicidade institucional, da Comissão Especial de Licitação da Secretaria da Comunicação do Estado do Tocantins, com a recente alteração da Lei Federal nº 12.232/2010, por meio da Lei Federal nº 14.356/2022, que instituiu a “Comunicação Digital”, incluindo os artigos. 20-A e 20-B na Lei Federal nº 12.232/2010, além da edição da nova Lei de Licitações e Contratos Administrativos, Lei Federal nº 14.133/2021, que é aplicada supletiva e subsidiariamente, nos procedimentos licitatórios de publicidade institucional, no que couber e não contrariar a Lei Federal nº 12.232/2010, que é a legislação específica das contratações de publicidade Institucional e Comunicação Digital, detém complexidade e especificidades.



2.5. Tais alterações legislativas exigem constante atualização técnica e jurídica dos servidores que atuam nos procedimentos licitatórios direta e indiretamente, as mudanças legislativas, normativas e jurisprudenciais impactam diretamente essa área, em especial acerca da “Comunicação Digital”, contratação específica, que ainda não foi realizada pela Secretaria da Comunicação do Estado do Tocantins.

2.6. Tendo em vista que a contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de agência de propaganda, ainda, a não realização no âmbito do Poder Executivo do Estado do Tocantins de licitação acerca de Comunicação Digital, por se tratarem de certames licitatórios marcados por certa complexidade, especificidades, e diferenças em relação aos procedimentos tradicionais, se faz necessário a constante qualificação e aperfeiçoamento da equipe de trabalho, buscando-se a eficiência exigível.

2.7. O adequado desempenho das funções pressupõe domínio técnico especializado, e alinhamento com os entendimentos mais recentes aplicáveis aos Certames licitatórios ligados à contratação de publicidade institucional e de Comunicação Digital.

2.8. Nesse contexto, evidencia-se a necessidade de acesso a espaços de capacitação de alto nível, que proporcionem o aprofundamento do conhecimento, o debate técnico qualificado e o intercâmbio de boas práticas com outras instituições e especialistas da área.

2.9. A participação em eventos técnicos especial notoriedade e de instrutores renomados e experientes, constitui, portanto, uma medida estratégica voltada ao fortalecimento institucional da Comissão Especial de Licitações desta Pasta, e outros servidores que atuem direta ou indiretamente em Certames Licitatórios, contribuindo diretamente para a melhoria da qualidade dos processos conduzidos e assegurando maior rigor técnico, efetividade, legalidade e equidade na atividade.

2.10. Cursos específicos e especializados, como o de “**CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO (PUBLICIDADE, COMUNICAÇÃO, MARKETING DIGITAL E LIVE MARKETING)**”, promovido pelo ICOGESP (Instituto de Consultoria e Gestão Pública), representam ambientes técnicos privilegiados para o desenvolvimento de competências essenciais à atuação em Certames licitatórios para contratação de publicidade Institucional e Comunicação Digital.

2.11. Ao abordar temas específicos, denso conhecimento teórico/normativo, bem como elementos, exemplos e modelos práticos de peças que compõem os certames licitatórios, o curso favorece a atualização normativa e jurisprudencial dos servidores, permitindo-lhes incorporar práticas modernas e atualizadas à rotina na área de contratação de publicidade Institucional e Comunicação Digital, necessários à Administração Pública direta do Poder Executivo do Estado do Tocantins, uma vez que a Secretaria da Comunicação do Estado do Tocantins detém finalidade precípua de informar, comunicar, promover e divulgar as ações e serviços institucionais do Poder Executivo do Estado do Tocantins {todas as pastas do Executivo Estadual (Secretarias, Fundações, Autarquias,



Agências e Institutos)), e de prestar conta à sociedade tocantinense, atendendo ao princípio da publicidade oficial, constitucionalmente prevista, e cumprimento do disposto na Lei Estadual nº 3.421/2019, republicada no Diário Oficial do Estado do Tocantins nº 5.312, de 12/03/2019 que reorganizou a SECOM, com vistas ao cumprimento das seguintes competências.

2.12. Além do conteúdo técnico, a inserção dos servidores nesse tipo de ambiente favorece a construção de redes de cooperação e a articulação institucional com outros órgãos públicos, o que pode gerar ganhos institucionais relevantes a médio e longo prazo.

2.13. Essa capacitação qualificada não apenas valoriza o servidor, mas fortalece as competências institucionais do Poder Executivo do Estado, contribuindo para a excelência dos serviços públicos prestados à sociedade.

2.14. Importa destacar que essa necessidade está alinhada aos objetivos definidos no Planejamento Estratégico e nas atividades fim da Secretaria da Comunicação do Estado do Tocantins, que prevê o investimento contínuo no desenvolvimento do corpo técnico e na modernização das práticas.

2.15. Dessa forma, a necessidade ora identificada está diretamente vinculada ao dever institucional de garantir a qualidade, regularidade e efetividade dos processos conduzidos pela Comissão Especial de Licitação e demais servidores que atuam nos procedimentos licitatórios, direta e indiretamente, especialmente diante dos desafios contemporâneos enfrentados pela Administração Pública nesta área, em especial as alterações legislativas.

2.16. Ressalte-se que o referido curso é promovido por entidade de notória especialização, e o instrutor é reconhecido pela excelência de suas atividades e pelo elevado nível de conhecimento, o que garante à Administração Pública o acesso a conteúdo técnico qualificado e alinhado às melhores práticas, contribuindo diretamente para o fortalecimento das atribuições institucionais da Secretaria da Comunicação do Estado do Tocantins.

2.17. A participação e capacitação dos servidores no curso contribuirão diretamente, e sobremaneira para o desempenho eficiente de suas atribuições, uma vez que possibilitará:

2.17.1. Atualização sobre as principais inovações normativas, jurisprudenciais e doutrinárias acerca da contratação de publicidade institucional e comunicação digital;

2.17.2. Aperfeiçoamento das competências técnicas relativas à condução de Certames Licitatórios acerca da contratação de publicidade institucional e comunicação digital; e,

2.17.3. Fortalecimento institucional da Comissão Especial de Licitação da Secretaria da Comunicação do Estado do Tocantins, por meio da aquisição de conhecimento e práticas que promovam maior segurança jurídica e eficiência nos atos praticados pelos dos servidores direta e



indiretamente relacionados à contratação de publicidade institucional e comunicação digital.

2.18. O curso será ministrado por renomado especialista, e o ambiente poderá promover troca de experiências e *networking* qualificado com representantes de diversas esferas da Administração Pública, que poderão participar.

2.19. A participação de 04 (quatro) servidores é estratégica para ampliar a absorção dos conteúdos e possibilitar a eficiência e eficácia dos atos praticados

3. JUSTIFICATIVA PARA CONTRATAÇÃO DIRETA (INEXIGIBILIDADE DE LICITAÇÃO):

3.1. A contratação por inexigibilidade de licitação justifica-se em razão da notória especialização da entidade promotora, o ICOGESP (Instituto de Consultoria e Gestão Pública), e do instrutor do curso que é referência nacional na área de contratação de contratação de publicidade institucional e comunicação digital.

3.2. A reconhecida expertise do Instituto e do instrutor do curso conferem plena justificativa à contratação, assegurando à Administração o acesso a conteúdo altamente qualificado e alinhado às necessidades institucionais.

3.3. Ademais, não existem, neste período, cursos similares com o mesmo escopo técnico e reconhecimento nacional que ofereçam conteúdo com igual profundidade e qualidade, o que reforça as razões da escolha da contratação.

3.4. Durante as pesquisas/estudos se analisou a possibilidade de participação de curso com o mesmo conteúdo programático e instrutor, que será na cidade de Natal/RN, a ser ministrado nos dias 10, 11 e 12 de dezembro de 2025, na modalidade Presencial, cujo custo da inscrição por participante é no valor R\$ 4.100, 00 (quatro mil e cem reais), além do dispêndio de passagens e diárias pela Administração.

4. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO CONSIDERANDO O CICLO DE VIDA DO OBJETO (art. 6º, inciso XXIII, alínea “c”, e art. 40º, § 1º, inciso I, todos da Lei Federal nº 14.133/2021).

4.1. Trata-se de serviços técnicos especializados e específicos, consistentes em curso de capacitação e aperfeiçoamento dos Servidores da Secretaria da Comunicação do Estado do Tocantins, denominado “**CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO (PUBLICIDADE, COMUNICAÇÃO, MARKETING DIGITAL E LIVE MARKETING)**”, promovido pelo ICOGESP (Instituto de Consultoria e Gestão Pública), a ser realizado de forma presencial, em Palmas/TO, no período de 24 a 26 de novembro de 2025.



4.2. O conteúdo programático do curso está alinhado às atribuições dos servidores participantes.

4.3. O objetivo é garantir a inscrição de 04 (quatro) servidores da Secretaria da Comunicação do Estado do Tocantins, que atuam direta e indiretamente, nos Certames Licitatórios e procedimentos relacionados à contratação de serviços de publicidade institucional e comunicação digital, promovendo o aprimoramento de competências, a atualização legal e o fortalecimento das práticas institucionais, em benefício da gestão pública e a eficiência necessária e exigida.

5. REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO (art. 6º, inciso XXIII, alínea “d”, da Lei Federal nº 14.133/2021).

5.1. Notoriedade:

5.1.1. A entidade promotora, ICOGESP (Instituto de Consultoria e Gestão Pública), e o instrutor do curso são reconhecidos nacionalmente como referência na realização de cursos acerca da contratação de serviços de publicidade institucional e comunicação digital, com amplo histórico de atuação, publicações, cursos e seminários especializados.

5.2. Adequação da Solução:

5.2.1. O curso é plenamente compatível com as atribuições dos servidores, sendo adequado à sua realidade funcional e necessidades institucionais.

5.3. Viabilidade Financeira:

5.3.1. O valor das inscrições é compatível com os valores praticados usualmente em cursos desta natureza, levantando em conta a programação do evento e os profissionais envolvidos, e será pago conforme as condições estabelecidas pela organização do curso, assegurando que a contratação seja financeiramente viável para a Administração Pública.

5.4. Benefícios Esperados:

5.4.1. A participação dos servidores no curso resultará em melhorias significativas no desempenho das atividades desenvolvidas no âmbito dos Certames Licitatórios, e procedimentos relacionados à contratação de serviços de publicidade institucional e comunicação digital, contribuindo para o aperfeiçoamento das práticas administrativas e para o fortalecimento da segurança jurídica nas decisões proferidas. Além disso, o investimento na capacitação técnica dos servidores promove o desenvolvimento contínuo da gestão pública, favorecendo a disseminação interna do conhecimento adquirido e o fortalecimento da capacidade institucional do órgão.

6. MODELO DE EXECUÇÃO CONTRATURAL (art. 6º, inciso XXIII, alínea “e”, da Lei Federal nº 14.133/2021).



6.1. A prestação de serviço ocorrerá da seguinte forma:

6.1.1. O serviço consistirá na inscrição de 04 (quatro) servidores para participação presencial no curso de “**CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO (PUBLICIDADE, COMUNICAÇÃO, MARKETING DIGITAL E LIVE MARKETING)**”, promovido pelo ICOGESP (Instituto de Consultoria e Gestão Pública).

6.1.2. O curso ocorrerá presencialmente nos dias 24, 25 e 26 de novembro de 2025, em Palmas/TO.

6.1.3. Serão contratadas 04 (quatro) vagas/inscrições para o curso, no valor total de **R\$ 10.404,00 (dez mil quatrocentos e quatro reais)**, valor já deduzido o desconto de 10 % (dez por cento), em face do número de inscritos.

6.1.4. A comprovação da execução se dará mediante entrega de documentos comprobatórios da inscrição e dos respectivos certificados de participação e conclusão do curso pelos servidores.

6.1.5. O curso será conduzido por especialista renomado na área de contratação de serviços de publicidade institucional e comunicação digital, com amplo histórico de atuação, publicações, cursos e seminários especializados, o que assegura a qualidade técnica do conteúdo a ser ministrado. O nome do instrutor, acompanhados de suas respectivas especializações, publicações e atuações constam da proposta inserta nos autos e anexa a este Termo de Referência.

7. MODELO DE GESTÃO DE CONTRATO (art. 6º, inciso XXIII, alínea “F”, da Lei Federal nº 14.133/2021).

7.1. A execução do contrato/empenho deverá ser acompanhada e fiscalizada pelo fiscal designado, ou, em caso de afastamentos legais, pelos respectivos substitutos.

7.2. A fiscalização de que trata este item não exclui nem reduz a responsabilidade da CONTRATADA, inclusive perante terceiros, por qualquer irregularidade, ainda que resultante de imperfeições técnicas ou vícios redibitórios, e, na ocorrência desta, não implica em corresponsabilidade da Administração ou de seus agentes e prepostos, em conformidade com o art. 120, da Lei Federal nº 14.133/2021.

7.3. Ao final da execução contratual, deverá ser elaborado e disponibilizado pelas servidoras participantes o Relatório Pós-Evento, contendo as lições aprendidas e a análise de sua aplicabilidade prática. Esse relatório servirá como instrumento de avaliação da efetividade do evento e de subsídio para futuras ações e contratações pela Administração, constituindo condição para análise e verificação pelo fiscal do contrato.

8. FORMA E CRITÉRIOS DE SELEÇÃO DO FORNECEDOR (art. 6º, inciso XXIII, alínea “h”, da Lei Federal nº 14.133/2021).



8.1. A contratação será realizada por inexigibilidade de licitação, com fundamento no art. 74, inciso III, alínea "f", § 3º c/c art. 6º, inciso XVIII, alínea "f", da Lei Federal nº 14.133/2021, em razão da notória especialização instrutor e do fornecedor. O instrutor e a entidade organizadora do curso são amplamente reconhecidos no cenário nacional e se destacam como referência na capacitação de servidores públicos para a contratação de serviços de publicidade institucional e comunicação digital.

8.2. Os critérios adotados para a escolha incluem a elevada qualidade do curso, a experiência comprovada do instrutor e da instituição promotora, a competência técnica do instrutor e a efetiva relevância do conteúdo programático em relação às atribuições dos servidores participantes.

9. CRITÉRIOS DE PAGAMENTO (art. 6º, inciso XXIII, alínea "g", da Lei Federal nº 14.133/2021).

9.1. O pagamento será realizado em parcela única, acompanhado de atesto da execução do objeto contratual e dos demais documentos exigidos para instrução do processo de pagamento.

9.2. Antes da autorização do pagamento, deverá ser consultada a regularidade da entidade junto aos cadastros obrigatórios, exigindo-se, quando aplicável, a Certidão Negativa de Débitos relativos a Créditos Tributários Federais e à Dívida Ativa da União (CND), Certidão de Regularidade do FGTS (CRF), Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas (CNDT), bem como as Certidões Negativas de Débitos Estadual e Municipal.

9.3. Nenhum pagamento será efetuado sem a apresentação da documentação exigida, ou enquanto não forem sanadas eventuais irregularidades na execução do objeto ou no cumprimento de obrigações pactuadas.

9.4. O responsável pela Ordem Cronológica deverá encaminhar os documentos comprobatórios da execução e o boleto bancário à Gerência de Execução Orçamentária, Financeira e Contábil, para formalização dos procedimentos de liquidação e pagamento, conforme valor atestado pela fiscalização.

9.5. Quando couber, o pagamento à entidade contratada estará sujeito às retenções tributárias previstas na legislação vigente.

9.6. O pagamento devido à contratada limitar-se-á ao quantitativo do serviço efetivamente executado e atestado pela fiscalização.

10. OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

São obrigações da CONTRATANTE:



- 10.1. Efetuar o pagamento das inscrições dos servidores conforme o valor acordado na proposta.
- 10.2. Encaminhar à CONTRATADA a relação dos servidores que participarão do curso;
- 10.3. Garantir que os servidores participem integralmente do curso.
- 10.4. Fornecer as informações necessárias para as inscrições dos servidores no curso.
- 10.5. Acompanhar e fiscalizar o cumprimento das obrigações da CONTRATADA, através de comissão/servidor especialmente designado.

11. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

São obrigações da CONTRATADA:

- 11.1. Garantir a participação dos servidores no curso, após as inscrições incluindo a disponibilização ao conteúdo programático;
- 11.2. Emitir o certificado de participação aos servidores ao final do curso;
- 11.3. Manter durante toda a execução do Contrato/empenho, em compatibilidade com as obrigações por ela assumidas, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas na contratação a ser firmada;
- 11.4. Encaminhar, documento comprobatório da prestação dos serviços (como recibo, declaração ou termo de entrega), além da documentação de regularidade fiscal e trabalhista aplicável, nos termos da legislação vigente.

12. DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

- 12.1. A CONTRATADA que incorrer nas infrações previstas no art. 155, da Lei Federal nº 14.133/2021, apuradas em regular processo administrativo, garantidos o contraditório e ampla defesa, sujeitar-se-á às seguintes sanções previstas no art. 317 do Decreto Estadual nº 6.606/2023:
 - a) advertência, quando não se justificar a imposição de penalidade mais grave;
 - b) multa compensatória de até 30% (trinta por cento) sobre o valor do contrato/empenho;
 - c) impedimento de licitar e contratar com a Administração Pública pelo período de até no máximo 03 (três) anos, nos casos previstos no § 4º, do artigo 156, da Lei Federal nº 14.133/2021;





Prédio I, Esplanada das Secretarias, Praça dos Girassóis, Centro. CEP 77.001-002 - Palmas/TO www.secom.to.gov.br

d) declaração de inidoneidade, nos casos previstos no § 5º, do artigo 156, da Lei Federal nº 14.133/2021.

12.2. No caso de inexecução injustificada do objeto contratado/empenhado por parte da CONTRATADA a partir do primeiro dia, o mesmo sujeitar-se-á à multa de mora de 0,5% (zero vírgula cinco por cento) ao dia, sobre o valor inadimplente, que não excederá a 30% (trinta por cento) do montante ou ainda, quando for o caso, cobrados judicialmente.

13. DOS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

13.1. As despesas decorrentes do presente correrão com recursos oriundos do Tesouro Estadual, consignados no Orçamento da Secretaria da Comunicação do Estado do Tocantins, na Classificação Orçamentária **11010.24.128.1166.2394**, Natureza da Despesa **33.90.39** e Fonte de Recursos **15000000000666666**.

14. DA VIGÊNCIA DO CONTRATO

14.1. O contrato/empenho terá vigência conforme o cronograma definido para a realização do curso, sendo a execução considerada concluída mediante a emissão dos certificados de participação dos servidores e a devida comprovação de sua presença durante o curso.

15. DOS CASOS OMISSOS

15.1. Os casos omissos serão submetidos a análise da Assessoria Jurídica da Secretaria da Comunicação do Estado do Tocantins, e resolvidos em conformidade com o preceituado na Lei Federal nº 14.133/2021, e demais legislações aplicáveis, depois de submetidos à anuência Secretária da Comunicação do Estado do Tocantins.

16. DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

16.1. A **CONTRATADA** responderá pela qualidade do objeto contratado/empenhado.

16.2. Caso o fornecedor deixar de cumprir as condições estabelecidas neste Termo e na contratação a ser firmada, ou as fizer de modo inadequado e prejudicial ao bom andamento dos serviços e interesse do Estado, a Administração poderá, garantido o devido processo legal, com a ampla defesa e o contraditório, seus corolários, aplicar as sanções cabíveis.



17. DO FORO

17.1. Fica eleito o foro da Capital do Estado do Tocantins - Vara dos Feitos das Fazendas Públicas, com renúncia expressa a outros, por mais privilegiados que forem, para dirimir quaisquer questões fundadas neste Termo de Referência e na contratação a ser firmada.

Palmas/TO., aos 07 dias do mês de novembro de 2025.

ASSINADO ELETRONICAMENTE

CARLOS VÍCTOR ALMEIDA CARDOSO JÚNIOR

Presidente da Comissão Especial de Licitação
Secretaria da Comunicação do Estado do Tocantins

MANIFESTAÇÃO DA AUTORIDADE COMPETENTE

Após análise, decido:

- I. Aprovar o presente Termo de Referência;
- II. Autorizar a realização da despesa, por meio de inexigibilidade de licitação.
- III. Cumpra-se na forma da Lei.

ASSINADO ELETRONICAMENTE

LUIZA ROCHA PINHEIRO
Secretária da Comunicação do Estado do Tocantins



CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO

(PUBLICIDADE, COMUNICAÇÃO, MARKETING DIGITAL E LIVE MARKETING)

20 HORAS DE CAPACITAÇÃO



24, 25 e 26
de novembro



PALMAS
TOCANTINS



MAX MÜLLER

Comunicador e professor. Articulista e escritor nas temáticas afetas à Gestão Pública. Diretor da Ampla GOV e da CONECTA Conhecimento.

APRESENTAÇÃO |

A comunicação na Administração Pública, nas Entidades Estatais e do Sistema “S” enfrenta desafios recorrentes que a distanciam significativamente da dinâmica observada no setor privado. Mesmo dispondo de consideráveis recursos financeiros, as iniciativas de comunicação frequentemente esbarram em entraves burocráticos, atraso na inovação e insegurança na tomada de decisão. Surge, então, uma indagação inevitável: por que, apesar dos investimentos e da relevância institucional, a comunicação avança a passos tão lentos?

A resposta a essa pergunta revela uma complexidade inerente. Profissionais das áreas de comunicação, gestão pública e direito ainda enfrentam dificuldades para fundamentar, de forma jurídica e estratégica, as decisões relacionadas à contratação de serviços de comunicação. A escassez de diretrizes claras na jurisprudência e na doutrina — sobretudo no que diz respeito à contratação de agências de comunicação — contribui para um ambiente de incerteza que fragiliza a segurança jurídica e compromete a eficácia das ações institucionais.

A publicação da Instrução Normativa SECOM/PR nº 1, de 19 de junho de 2023, que busca alinhar as práticas à nova Lei nº 14.133/2021, ampliou esse cenário desafiador. Ao normatizar a “grande área” da comunicação, a IN reconhece expressamente, além da publicidade “tradicional” prestada por agências de propaganda, os serviços de comunicação institucional (como assessoria de imprensa e relações públicas), comunicação digital e marketing promocional, exigindo, assim, um novo olhar sobre as formas de contratação.

Fato é que a contratação de serviços de comunicação é uma das mais intrincadas no já complexo universo das contratações públicas, em especial nas entidades que compõem a Administração Pública, as Estatais e o Sistema “S”. Isso decorre, em parte, das especificidades técnicas e da natureza autorregulatória do setor, marcado pelo protagonismo vanguardista do Conselho Executivo das Normas-Padrão (CENP) e dos sindicatos especializados. É nesse contexto que surgem marcos regulatórios como a Lei nº 12.232/2010 — que estabelece normas gerais para contratação de agências de propaganda — e a Lei nº 14.356/2022, que atualiza e expande o rol de serviços passíveis de contratação, incluindo gestão de redes sociais, SEO, assessoria de imprensa e relações públicas, por meio da inserção dos artigos 20-A e 20-B na Lei nº 12.232/2010.

Tal complexidade, a despeito de as normas gerais vedarem expressamente a inexigibilidade na contratação de serviços de publicidade e divulgação, adquire uma nova camada de reflexão diante da previsão, contida nos recentes Regulamentos do Sistema “S”, da possibilidade de inexigibilidade para a aquisição de créditos pré-pagos destinados ao impulsionamento de publicações. Essa previsão normativa vê-se gerar confusão entre os profissionais da área, suscitando a recorrente dúvida comum: afinal, é possível (ou não) inexigir dentro da “grande área” da comunicação?



ICOGESP

Verifique a autenticidade deste documento em <https://sgd.to.gov.br/verificador> informando o código: 3E96A2DD0231D9DE | SGD:2025/11019/004469

INFORMAÇÕES E INSCRIÇÕES
WWW.ICOGESP.COM.BR



CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO

(PUBLICIDADE, COMUNICAÇÃO, MARKETING DIGITAL E LIVE MARKETING)

20 HORAS DE CAPACITAÇÃO



24, 25 e 26 de novembro



PALMAS TOCANTINS



MAX MÜLLER

Comunicador e professor. Articulista e escritor nas temáticas afetas à Gestão Pública. Diretor da Ampla GOV e da CONECTA Conhecimento.

Não sendo suficiente tais desafios e complexidades da matéria, adiciona-se ainda os constantes escândalos de desvios e desconformidade envolvendo esses serviços. Estes, merecendo atenção prioritária, demandam esforços dedicados à detalhada especificação e à implementação de mecanismos de controle e gestão de riscos, assemelhando-se aos esforços empreendidos nas obras públicas. Afinal, tanto a comunicação pública quanto as obras públicas enfrentam desafios similares no tocante à corrupção. Não por acaso, vale destacar, é comum agências e construtoras se envolverem se veem envolvidas nos mesmos escândalos, com publicitários/marketeiros/comunicólogos e empreiteiros figurando lado a lado nas mesmas manchetes.

Diante desse panorama, e com o objetivo de fomentar o debate técnico e prover soluções e aprimoramentos das práticas de contratação de serviços de comunicação, sob a coordenação técnica e curadoria do professor Max Müller Cândido, apresentamos o curso **COMPLETO DE CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO**, oferecendo uma abordagem sistêmica e sistematizada das licitações e contratos envolvendo **AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE, COMUNICAÇÃO, MARKETING DIGITAL E LIVE MARKETING**, sob a ótica das mais recentes normativas, jurisprudências dos Tribunais e nas boas práticas procedimentais.

Para além da abordagem das contratações de agências, o curso examina também as hipóteses de contratações diretas no âmbito da “grande área” da comunicação. Destacam-se temas como: impulsionamento de publicações em plataformas digitais; credenciamento para formação de subcomissões técnicas ou para contratação de serviços acessórios; e o uso da dispensa de licitação em razão do valor, voltada ao suporte das Assessorias de Comunicação que, por vezes, operam com estruturas enxutas e sobrecarregadas.

Trata-se, portanto, de um curso completo, voltado à identificação de soluções nas três fases essenciais das contratações: planejamento, com ênfase na elaboração do *briefing*, tabela referencial de serviços e demais anexos/apêndices do edital; seleção do fornecedor, com destaque para a atuação das subcomissões técnicas em atividades que lhe são peculiares; e execução contratual, com foco no papel estratégico dos fiscais técnicos, representados pelas Assessorias de Comunicação internas. Inclui-se, ainda, um panorama das possibilidades de contratação por dispensa ou inexigibilidade, nos casos aplicáveis, como alternativas para atendimento às demandas das Assessorias.

OBJETIVOS |

- Proporcionar aos cursistas o domínio teórico e prático sobre as contratações de serviços de comunicação no geral, com base nas normas aplicáveis à



ICOGESP

Verifique a autenticidade deste documento em <https://sgd.to.gov.br/verificador> informando o código: 3E96A2DD0231D9DE | SGD:2025/11019/004469

INFORMAÇÕES E INSCRIÇÕES
WWW.ICOGESP.COM.BR



CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO

(PUBLICIDADE, COMUNICAÇÃO, MARKETING DIGITAL E LIVE MARKETING)

20 HORAS DE CAPACITAÇÃO



24, 25 e 26
de novembro



PALMAS
TOCANTINS



MAX MÜLLER

Comunicador e professor. Articulista e escritor nas temáticas afetas à Gestão Pública. Diretor da Ampla GOV e da CONECTA Conhecimento.

Administração Pública, às Entidades Estatais e ao Sistema “S”, aprofundando os aspectos conceituais, operacionais e estratégicos dessas contratações, incluindo o delinear dos serviços prestados por agências, as especificidades do objeto contratual e os cuidados na definição das entregas e métricas de desempenho;

- Capacitar para executar, de forma segura e eficiente, todas as etapas do processo de contratação, desde a formalização da demanda até a gestão e fiscalização da execução contratual, passando pela elaboração dos documentos técnicos (como o ETP, o TR, o *briefing* e demais peças), pela condução do certame e pela formalização do contrato;
- Analisar e prover soluções para as principais controvérsias práticas relacionadas às contratações de serviços de comunicação em geral, promovendo o debate de casos concretos e incentivando a formulação de soluções inovadoras, à luz da legislação vigente, da jurisprudência dos Tribunais e das boas práticas já consolidadas na matéria;
- Apresentar uma visão crítica e estratégica do processo de contratação em si, compreendendo as inter-relações entre as fases preparatória, de seleção e de execução contratual, com foco na melhoria da qualidade das contratações dos serviços de comunicação, na mitigação de riscos e na elevação do nível de conformidade técnica dos procedimentos;
- Oferecer subsídios para a tomada de decisão pelos gestores e pelas equipes responsáveis pela condução da seleção do fornecedor em si, com foco na identificação da solução mais adequada, seja nos casos de licitação, ou de contratação direta;
- Orientar sobre as exigências aplicáveis às licitações de comunicação, conforme o entendimento atual dos órgãos de controle, como TCU, CGU e tribunais de contas estaduais, enfatizando os cuidados com a impessoalidade, a vedação à promoção pessoal e nas questões orçamentárias e legais para veiculação de campanhas;
- Alertar os participantes sobre os principais riscos inerentes às contratações de serviços de comunicação, destacando as vulnerabilidades mais recorrentes, como irregularidades na definição do objeto, desconformidades contratuais, falhas na execução, atrasos nas entregas, ausência de critérios claros de medição e avaliação de resultados, além de potenciais desvios que podem configurar ilícitos, abordando boas práticas para mitigação desses riscos, com



ICOGESP

Verifique a autenticidade deste documento em <https://sgd.to.gov.br/verificador> informando o código: 3E96A2DD0231D9DE | SGD:2025/11019/004469

INFORMAÇÕES E INSCRIÇÕES
WWW.ICOGESP.COM.BR



CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO

(PUBLICIDADE, COMUNICAÇÃO, MARKETING DIGITAL E LIVE MARKETING)

20 HORAS DE CAPACITAÇÃO



24, 25 e 26
de novembro



PALMAS
TOCANTINS



MAX MÜLLER

Comunicador e professor. Articulista e escritor nas temáticas afetas à Gestão Pública. Diretor da Ampla GOV e da CONECTA Conhecimento.

foco na estruturação adequada dos processos, na definição de indicadores objetivos de desempenho, na fiscalização contratual e na adoção de fluxos controles.

PÚBLICO ALVO |

- Todos os agentes demandantes dos serviços de comunicação (integrantes da área de comunicação, imprensa, ouvidoria, bens e serviços da Administração), bem como demais servidores interessados nas temáticas abordadas;
- Analistas, assessores e profissionais de comunicação, publicidade, marketing e relações públicas;
- Membros das equipes de comunicação, assessoria de imprensa, assessoria parlamentar e de gestão de mandato;
- Servidores do departamento/núcleo de cerimonial, protocolo e organização de eventos;
- Gestores e agentes públicos envolvidos no planejamento, criação e operações da comunicação institucional;
- Alta Administração, controladores internos, auditores, assessores jurídicos e membros que compõem as áreas de governança, *compliance*, gestão de riscos e estratégia institucional, e profissionais relacionados com o processo de contratação e concorrência de agências; 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.

CARGA HORÁRIA: 20 HORAS



ICOGESP

Verifique a autenticidade deste documento em <https://sgd.to.gov.br/verificador> informando o código: 3E96A2DD0231D9DE | SGD:2025/11019/004469

INFORMAÇÕES E INSCRIÇÕES
WWW.ICOGESP.COM.BR



CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO

(PUBLICIDADE, COMUNICAÇÃO, MARKETING DIGITAL E LIVE MARKETING)

20 HORAS DE CAPACITAÇÃO



24, 25 e 26
de novembro



PALMAS
TOCANTINS



MAX MÜLLER

Comunicador e professor. Articulista e escritor nas temáticas afetas à Gestão Pública. Diretor da Ampla GOV e da CONECTA Conhecimento.

O curso será oferecido nos dias 24, 25 e 26 de novembro de 2025,

16 horas de capacitação

. Local: Palmas/TO

METODOLOGIA |

A metodologia adotada pela ICOGESP é alicerçada na aprendizagem colaborativa que utiliza ferramentas educacionais e recursos tecnológicos diversificados, possibilitando ao aluno vivenciar experiência e práticas profissionais cotidianas. Aulas dinâmicas, estudos de casos, compartilhamento de experiência e a realização de atividades práticas são estratégias utilizadas para garantir o alcance de melhores resultados de aprendizagem. Serão aulas expositivas, casos práticos, debates e exemplos.

MATERIAL DE APOIO |

Estão inclusos na proposta ainda, despesa com a entrega de material de apoio como apostila, pasta executiva, copo, caneta, marcador de texto, *coffee-break*, e ao final emissão do certificado, mediante a comprovação do cumprimento da frequência mínima de 75% da carga horária prevista para o evento que é 16 horas.

MODALIDADE PRESENCIAL



ICOGESP

Verifique a autenticidade deste documento em <https://sgd.to.gov.br/verificador> informando o código: 3E96A2DD0231D9DE | SGD:2025/11019/004469

INFORMAÇÕES E INSCRIÇÕES
WWW.ICOGESP.COM.BR



CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO

(PUBLICIDADE, COMUNICAÇÃO, MARKETING DIGITAL E LIVE MARKETING)

20 HORAS DE CAPACITAÇÃO



24, 25 e 26
de novembro



PALMAS
TOCANTINS



MAX MÜLLER

Comunicador e professor. Articulista e escritor nas temáticas afetas à Gestão Pública. Diretor da Ampla GOV e da CONECTA Conhecimento.

CRONOGRAMA DE ATIVIDADES

DIA 1 — 24/11 | COMUNICAÇÃO DIGITAL NO SETOR PÚBLICO (8H)

Manhã (08h30–12h30):

- Panorama da “grande área” da comunicação e os novos marcos legais.
- Comunicação digital e governo eletrônico (e-gov).
- Planejamento editorial e governança de canais institucionais.
- Linguagem simples, acessibilidade e transparência digital.

Tarde (14h00–18h00):

- Contratação de agências digitais.
- Oficina Prática: elaboração do Briefing e TR/ETP com foco em comunicação digital.
- Boas práticas em SEO, acessibilidade e mensuração de resultados.

DIA 2 — 25/11 | OPERAÇÃO DIGITAL, COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL E PROMOÇÃO (8H)

Manhã (08h30–12h30):

- Operação e performance digital: métricas, KPIs e relatórios técnicos.
- Impulsioneamento e mídia paga: fundamentos, compliance e prestação de contas.
- Estudo de Caso 1: relatórios de fiscalização técnica em campanhas digitais.



ICOGESP

Verifique a autenticidade deste documento em <https://sgd.to.gov.br/verificador> informando o código: 3E96A2DD0231D9DE | SGD:2025/11019/004469

INFORMAÇÕES E INSCRIÇÕES
WWW.ICOGESP.COM.BR



CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO

(PUBLICIDADE, COMUNICAÇÃO, MARKETING DIGITAL E LIVE MARKETING)

20 HORAS DE CAPACITAÇÃO



24, 25 e 26
de novembro



PALMAS
TOCANTINS



MAX MÜLLER

Comunicador e professor. Articulista e escritor nas temáticas afetas à Gestão Pública. Diretor da Ampla GOV e da CONECTA Conhecimento.

Tarde (14h00–18h00):

- Comunicação institucional e assessoria de imprensa.
- Marketing promocional e live marketing: planejamento e riscos.
- Subcomissão técnica e julgamento “às cegas”.

DIA 3 — 26/11 | PUBLICIDADE, LICITAÇÃO E EXECUÇÃO CONTRATUAL (4H)

Manhã (08h30–12h30):

- Contratação de agências de publicidade.
- Planejamento e formalização do processo: DFD, ETP, TR e edital.
- Gestão e fiscalização contratual: segregação de funções e integridade.
- Contratações diretas e boas práticas de mitigação de riscos.
- Fechamento: Plano de ação e checklist para unidades de comunicação pública.



ICOGESP

Verifique a autenticidade deste documento em <https://sgd.to.gov.br/verificador> informando o código: 3E96A2DD0231D9DE | SGD:2025/11019/004469

INFORMAÇÕES E INSCRIÇÕES
WWW.ICOGESP.COM.BR



CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO

(PUBLICIDADE, COMUNICAÇÃO, MARKETING DIGITAL E LIVE MARKETING)

20 HORAS DE CAPACITAÇÃO



24, 25 e 26
de novembro



PALMAS
TOCANTINS



MAX MÜLLER

Comunicador e professor. Articulista e escritor nas temáticas afetas à Gestão Pública. Diretor da Ampla GOV e da CONECTA Conhecimento.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

1. NOÇÕES SOBRE A “GRANDE ÁREA” DE COMUNICAÇÃO E OS ASPECTOS QUE TANGENCIAM AS CONTRATAÇÕES:

- Panorama referencial das “tradicionais” licitações de publicidade:
 - Acórdão nº 2062/2006-TCU-Plenário e as repercussões na matéria;
 - Publicação da norma “geral” (Lei nº 12.232/2010) e remessa à norma “específica” (Lei nº 4.680/1965);
 - Modelagem do objeto contratual: execução interna da agência, execução externa à agência e a intermediação com os veículos;
 - Vedação à contratação de determinados serviços; e,
 - Serviço criativo e suas particularidades.
- Portaria Secom nº 3.948/2021 como positivação da “grande área” de comunicação na figura das agências prestadoras de serviços:
 - Publicidade;
 - Comunicação digital;
 - Comunicação institucional; e,
 - Promoção.
- Autorregulação do mercado e as repercussões nas licitações.

2. VEDAÇÃO À CONTRATAÇÃO DIRETA (?):

- Os atributos da intelectualidade, intangibilidade e indivisibilidade;
- A errônea constatação quanto ao enquadramento em inexigibilidade genérica;
- Publicidade x divulgação (há distinção?);



ICOGESP

Verifique a autenticidade deste documento em <https://sgd.to.gov.br/verificador> informando o código: 3E96A2DD0231D9DE | SGD:2025/11019/004469

INFORMAÇÕES E INSCRIÇÕES
WWW.ICOGESP.COM.BR



CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO

(PUBLICIDADE, COMUNICAÇÃO, MARKETING DIGITAL E LIVE MARKETING)

20 HORAS DE CAPACITAÇÃO



24, 25 e 26
de novembro



PALMAS
TOCANTINS



MAX MÜLLER

Comunicador e professor. Articulista e escritor nas temáticas afetas à Gestão Pública. Diretor da Ampla GOV e da CONECTA Conhecimento.

• Pergunta-se:

- Não sendo publicidade e divulgação, é possível inexigir serviço de promoção, ou comunicação institucional, ou comunicação digital?
- Em sentido diverso da inexigibilidade, há viabilidade no enquadramento na dispensa de licitação em razão de eventual pequena monta?

3. REPERCUSSÕES DA IN SECOM/PR Nº 1/2023 E DO ACÓRDÃO Nº 6.227/2016-TCU-2ª CÂMARA NA EQUIPARAÇÃO ENTRE O RITO DO CERTAME NOS DISTINTOS SERVIÇOS PRESTADOS POR AGÊNCIAS;

4. PECULIARIDADES NAS CONTRATAÇÕES DE AGÊNCIAS:

- Equiparação entre o rito do certame;
- Tipo de licitação interligado com a natureza do serviço criativo;
- Definição do critério de julgamento;
- Modo de disputa aplicável (?);
- Apresentação das propostas “às cegas”;
- *Briefing* como norteador do certame;
- Subcomissão técnica;
- Contratação de múltiplas agências;
- Atuação das entidades de classe (Sindicatos e Associações);
- Cardápio de serviços e tabelas referenciais das entidades de classe;
- Apresentação e julgamento das propostas com base nos percentuais de desconto;
- Valor de referência do contrato e (in)aplicabilidade dos percentuais de supressões (e acréscimos) qualitativos e quantitativos – e a (in)compreensão quanto ao desvirtuamento do objeto; e,
- Tipos distintos de remuneração das agências nas condições contratuais.

HASH: 3f7e5b20f131fb64882760a414b12adbb7a39743175e964fb5c2a91be259686. Documento digital disponível em <https://www.sigatoc.gov.br/flowbee-pub/#/validar/WF3W-CY7Q-QAGE-9P3X>.



ICOGESP

Verifique a autenticidade deste documento em <https://sgd.to.gov.br/verificador> informando o código: 3E96A2DD0231D9DE | SGD:2025/11019/004469

INFORMAÇÕES E INSCRIÇÕES
WWW.ICOGESP.COM.BR



CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO

(PUBLICIDADE, COMUNICAÇÃO, MARKETING DIGITAL E LIVE MARKETING)

20 HORAS DE CAPACITAÇÃO



24, 25 e 26
de novembro



PALMAS
TOCANTINS



MAX MÜLLER

Comunicador e professor. Articulista e escritor nas temáticas afetas à Gestão Pública. Diretor da Ampla GOV e da CONECTA Conhecimento.

5. SERVIÇOS DE PUBLICIDADE PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DE PROPAGANDA:

- Vedação à inexigibilidade;
- Lei nº 12.232/2010 e sua aplicabilidade na Administração Pública e nas Entidades Estatais e do Sistema “S”;
- Compreensão do rol de serviços integrados do art. 2º;
- Expansão dos serviços pelo rol de atividades complementares do art. 2º, § 1º;
- Serviços vedados;
- Lei nº 4.680/1965 e a delimitação dos serviços publicitários e da agência de propaganda;
- Autorregulação pelo CONAR e CENP;
- Exigência do certificado de qualificação técnica pelo CENP;
- A figura do desconto-padrão como forma de remuneração peculiar;
- Núcleo de mídia;
- Vulto da contratação e o quantitativo de agências;
- Cotejo da proposta técnica pela subcomissão – quesitos e subquesitos específicos (pontuações mínimas e máximas);
- Tabela referencial do Sinapro; e,
- Estrutura remuneratória da agência de propaganda.

6. SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO DIGITAL PRESTADOS POR INTERMÉDIO DE AGÊNCIAS DIGITAIS:

- Governo digital (e-gov) e a aderência ao novo modelo de comunicação pública;
- Os avanços possibilitados no modelo de comunicação pública como herança da Pandemia da Covid-19 (relatório da OBCOMP e da UNESCO);
- Marketing digital x comunicação digital;
- “Formas inovadoras de comunicação” x comunicação digital em sentido amplo e estrito;



ICOGESP

Verifique a autenticidade deste documento em <https://sgd.to.gov.br/verificador> informando o código: 3E96A2DD0231D9DE | SGD:2025/11019/004469

INFORMAÇÕES E INSCRIÇÕES
WWW.ICOGESP.COM.BR



CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO

(PUBLICIDADE, COMUNICAÇÃO, MARKETING DIGITAL E LIVE MARKETING)

20 HORAS DE CAPACITAÇÃO



24, 25 e 26
de novembro



PALMAS
TOCANTINS



MAX MÜLLER

Comunicador e professor. Articulista e escritor nas temáticas afetas à Gestão Pública. Diretor da Ampla GOV e da CONECTA Conhecimento.

- Compreensão do rol de serviços de comunicação digital;
- Alterações na Lei nº 12.232/2010 e sua aplicabilidade na Administração Pública e nas Entidades Estatais e do Sistema “S”;
- Compreensão do rol de serviços não previstos, mas passíveis de inserção;
- Cotejo da proposta técnica pela subcomissão – quesitos e subquesitos específicos (pontuações mínimas e máximas);
- “Autorregulação” e tabela referencial pela Abradi;
- Estruturação dos “cardápios” em produtos/serviços essenciais e complementares, considerando as complexidades; e,
- Estrutura remuneratória da agência digital.

7. DIRETO AO PONTO: É POSSÍVEL VIABILIZAR, PARA ALÉM DO CONTRATO COM AGÊNCIA(S), O IMPULSIONAMENTO EM PLATAFORMAS DE REDES SOCIAIS SEM PROCESSAMENTO DE UMA LICITAÇÃO? COMO O TEMA DEVE SER ENCARADO NA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA E NAS ENTIDADES ESTATAIS E DO SISTEMA “S”?

8. ESTUDOS DE CASOS CONCRETOS: AVANÇOS NA MATÉRIA DE REMUNERAÇÃO DAS AGÊNCIAS PELAS PLATAFORMAS DIGITAIS;

9. DIRETO AO PONTO: CONSIDERANDO A DIVERSIDADE DE SERVIÇOS ANALISADOS, É POSSÍVEL QUE UM ÓRGÃO OU ENTIDADE CONTRATE MÚLTIPLAS AGÊNCIAS ESPECIALIZADAS EM DISTINTOS SERVIÇOS? QUAIS SÃO OS DESAFIOS E AS MELHORES PRÁTICAS PARA ESTRUTURAR E GERENCIAR, DE MANEIRA EFICIENTE, UM MODELO DE COMUNICAÇÃO INTEGRADA QUE ENVOLVA DIFERENTES PRESTADORES, GARANTINDO COERÊNCIA E UNICIDADE NA IDENTIDADE INSTITUCIONAL COMUNICADA?

10. SUBCOMISSÃO TÉCNICA NAS CONTRATAÇÕES DE AGÊNCIA – FASE DE SELEÇÃO E A DINÂMICA DE FORMAÇÃO E DE JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS PELA SUBCOMISSÃO:

- Requisitos para composição da subcomissão técnica (e as vedações);
- Especificidades técnicas e boas práticas para diversidade de expertises em comunicação na subcomissão;



ICOGESP

Verifique a autenticidade deste documento em <https://sgd.to.gov.br/verificador> informando o código: 3E96A2DD0231D9DE | SGD:2025/11019/004469

INFORMAÇÕES E INSCRIÇÕES
WWW.ICOGESP.COM.BR



CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO

(PUBLICIDADE, COMUNICAÇÃO, MARKETING DIGITAL E LIVE MARKETING)

20 HORAS DE CAPACITAÇÃO



24, 25 e 26
de novembro



PALMAS
TOCANTINS



MAX MÜLLER

Comunicador e professor. Articulista e escritor nas temáticas afetas à Gestão Pública. Diretor da Ampla GOV e da CONECTA Conhecimento.

- Estratégia de utilização do credenciamento para preenchimento da(s) cadeira(s) de profissionais externos à Administração contratante;
- Prazos de publicidade e rito da sessão pública de formação e instituição da subcomissão;
- Boas práticas para o plano de trabalho da subcomissão (e de interface com a comissão de contratação processante da licitação);
- *Briefing* e quesitos e subquesitos de julgamento previstos no Edital – importância da minuciosa interpretação prévia ao julgamento;
- Fluxo de julgamento das propostas técnicas com especial observância à integridade do julgamento “às cegas”;
- Atribuição das notas técnicas e resolução quando há divergência nos percentuais;
- Rejulgamento, fase recursal e a imperiosidade do princípio do julgamento apócrifo:
 - Como assegurar a força preponderante do julgamento realizado pelos membros da subcomissão nas hipóteses de questionamento das notas atribuídas às propostas técnicas em vias não-identificadas?

11. PLANEJAMENTO E DOCUMENTOS DE FORMALIZAÇÃO PROCESSUAL – ALICERCE DA CONTRATAÇÃO:

- Início do processo e o documento de formalização da demanda (DFD) – interface com o plano de contratações anual (PCA):
 - Diretrizes e procedimentos iniciais;
 - A questão (subjetiva) do valor estimado;
 - Indicação dos responsáveis pela elaboração do ETP e futura fiscalização contratual.
- Estudo técnico preliminar (ETP):
 - O que é?
 - Como definir a(s) solução(ões) de comunicação que culminará(ão) no(s) objeto(s) de contratação?
- *Briefing* – elaboração (oficina):



ICOGESP

Verifique a autenticidade deste documento em <https://sgd.to.gov.br/verificador> informando o código: 3E96A2DD0231D9DE | SGD:2025/11019/004469

INFORMAÇÕES E INSCRIÇÕES
WWW.ICOGESP.COM.BR



CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO

(PUBLICIDADE, COMUNICAÇÃO, MARKETING DIGITAL E LIVE MARKETING)

20 HORAS DE CAPACITAÇÃO



24, 25 e 26
de novembro



PALMAS
TOCANTINS



MAX MÜLLER

Comunicador e professor. Articulista e escritor nas temáticas afetas à Gestão Pública. Diretor da Ampla GOV e da CONECTA Conhecimento.

- Estrutura criativa que evidencie o problema a ser resolvido pelas agências na apresentação das propostas técnicas;
- Sigilo e termo de confidencialidade;
- Fluxo de elaboração, aprovação e publicação;
- Oficina prática de elaboração de *briefing* para licitação de comunicação.
- Termo de referência ou projeto básico:
 - Definição do objeto – especificações e características;
 - Definição do valor referencial e unidade de medição, considerando as formas de remuneração;
 - Atenção e cautela quanto aos prazos de entrega e de execução em um objeto ostensivamente criativo (a importância do IMR).
- Edital:
 - Correlação com os demais artefatos;
 - O que deve conter no edital de uma licitação de comunicação e de quem é a responsabilidade por sua elaboração? A assessoria de comunicação interna participa em quais cláusulas?
 - Anexos: *briefing*; termo de referência/projeto básico; modelo de propostas técnicas (detalhamento, padronização e riscos de identificação das autorias); modelo de proposta de preço com a observância da estrutura remuneratória da agência; minuta de contrato; gabarito de atribuição das notas pela subcomissão (critérios do cotejo para reflexão nas propostas técnicas); etc.
 -

12. COMBATE À CORRUPÇÃO COMO CERNE DE UM DOS GRANDES DESAFIOS PARA AS CONTRATAÇÕES DE AGÊNCIAS – BOAS PRÁTICAS E RECOMENDAÇÕES PARA MITIGAÇÃO DOS VÍCIOS;



ICOGESP

Verifique a autenticidade deste documento em <https://sgd.to.gov.br/verificador> informando o código: 3E96A2DD0231D9DE | SGD:2025/11019/004469

INFORMAÇÕES E INSCRIÇÕES
WWW.ICOGESP.COM.BR



CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO

(PUBLICIDADE, COMUNICAÇÃO, MARKETING DIGITAL E LIVE MARKETING)

20 HORAS DE CAPACITAÇÃO



24, 25 e 26
de novembro



PALMAS
TOCANTINS



MAX MÜLLER

Comunicador e professor. Articulista e escritor nas temáticas afetas à Gestão Pública. Diretor da Ampla GOV e da CONECTA Conhecimento.

13. FASE DE EXECUÇÃO CONTRATUAL – GESTÃO E FISCALIZAÇÃO:

- A segregação de funções entre gestão e fiscalização de contratos: detalhamento das funções do Gestor e dos Fiscais (administrativo, técnico e setorial);
- Formalização e publicidade do contrato: procedimentos e cuidados;
- Papel do preposto da agência contratada;
- Reunião inicial e a previsibilidade da dinâmica na execução contratual;
- Comunicação entre gestor, fiscal e preposto;
- A participação do gestor e do fiscal no pagamento do serviço;
- Dinâmica de apresentação periódica de faturas, recepção e diligência;
- Fornecimento dos bens ou serviços especializados ao contratado e a dinâmica da coleta de orçamento:
 - Percentuais a serem observados em relação ao valor global do contrato;
 - Coleta de orçamentos e o ramo de fornecimento;
 - Cadastramento dos “subcontratos”; e,
 - Prazo de publicidade prévia à sessão pública da sessão de abertura dos envelopes.
- Duração do contrato: vigência e prorrogação;
- Extinção/rescisão contratual.

14. BOAS PRÁTICAS DE GERENCIAMENTO DE RISCOS NA FISCALIZAÇÃO TÉCNICA DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E COMUNICAÇÃO:

- Rotina de aferição da qualidade/quantidade de recursos aplicados na execução do serviço;
- Utilização dos instrumentos de controle da gestão e fiscalização: *checklists*, roteiros, Instrumento de Medição de Resultado (IMR) nas rotinas do contrato;
- Relatório de acompanhamento do contrato;
- Acompanhamento diário, mensal, periódico e por amostragem.



ICOGESP

Verifique a autenticidade deste documento em <https://sgd.to.gov.br/verificador> informando o código: 3E96A2DD0231D9DE | SGD:2025/11019/004469

INFORMAÇÕES E INSCRIÇÕES
WWW.ICOGESP.COM.BR



CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO

(PUBLICIDADE, COMUNICAÇÃO, MARKETING DIGITAL E LIVE MARKETING)

20 HORAS DE CAPACITAÇÃO



24, 25 e 26
de novembro



PALMAS
TOCANTINS



MAX MÜLLER

Comunicador e professor. Articulista e escritor nas temáticas afetas à Gestão Pública. Diretor da Ampla GOV e da CONECTA Conhecimento.

15. DIRETO AO PONTO: É A CONTRATAÇÃO DIRETA, SEM LICITAÇÃO, DE SERVIÇOS DE DIVULGAÇÃO, COMO RÁDIO, TV, OUTDOOR E OUTROS? DIANTE DA ESCASSEZ DE PESSOAL INTERNO, QUAIS ESTRATÉGIAS PODEM SER ADOTADAS PARA SUPRIR ESSA DEMANDA? A CONTRATAÇÃO DE PROFISSIONAIS EXTERNOS PARA ÁREAS COMO MÍDIAS SOCIAIS, ASSESSORIA, FOTOGRAFIA, PRODUÇÃO AUDIOVISUAL MÓVEL, PERSONAGENS VIVOS, INFLUENCIADORES DIGITAIS, DENTRE OUTROS, É UMA ALTERNATIVA VIÁVEL DO PONTO DE VISTA OPERACIONAL E NORMATIVO?

16. ESTUDOS DE CASOS CONCRETOS: AVANÇOS NA MATÉRIA DE CONTRATAÇÃO DE PRESTADORES DE SERVIÇOS, SEJAM PESSOAS FÍSICAS OU JURÍDICAS, EM ATIVIDADES COMPLEMENTARES À COMUNICAÇÃO EM GERAL.

HASH: 3f7e5b20f131fb64882760a414b12adbb7a39743175e964fb5c2a91be259686. Documento digital disponível em <https://www.sigatoc.gov.br/flowbee-pub/#/validar/WF3W-CY7Q-QAGE-9P3X>.



ICOGESP

Verifique a autenticidade deste documento em <https://sgd.to.gov.br/verificador> informando o código: 3E96A2DD0231D9DE | SGD:2025/11019/004469

INFORMAÇÕES E INSCRIÇÕES
WWW.ICOGESP.COM.BR



CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO

(PUBLICIDADE, COMUNICAÇÃO, MARKETING DIGITAL E LIVE MARKETING)

20 HORAS DE CAPACITAÇÃO



24, 25 e 26
de novembro



PALMAS
TOCANTINS



MAX MÜLLER

Comunicador e professor. Articulista e escritor nas temáticas afetas à Gestão Pública. Diretor da Ampla GOV e da CONECTA Conhecimento.



MAX MÜLLER CÂNDIDO

Comunicador e Articulista nas temáticas afetas à Comunicação Pública. Colunista da Revista ESPM-São Paulo. Coordenador técnico científico de eventos em todo país, em mais de 15 áreas da Gestão Pública, contribuindo com a formação de milhares de profissionais anualmente. Diretor de Desenvolvimento Institucional da AMPLA e da CONECTA, empresas especializadas em capacitação de servidores públicos em projetos in company e eventos abertos, respectivamente. Certificação em Personal Branding pela ESPM-São Paulo. Foi apresentador e curador de conteúdos da “Maratona das Contratações Públicas”, o maior encontro online na área de Licitações, que capacitou, na 3ª edição do evento - em 2021, mais de 9,5 mil agentes públicos. Coautor da obra “CONTRATAÇÕES NO SISTEMA ‘S’: *Perspectivas e desafios*” (Ed. JML, 2025); Autor da obra “DESCOMPLICANDO A ELABORAÇÃO DE EDITAIS PARA LICITAÇÕES DE SERVIÇOS PUBLICITÁRIOS: *Passo a passo e modelos em conformidade com as leis nºs 8.666/93, 12.232/10 e 14.133/21*” (Publicação independente, 2022); Coordenador de projeto e organizador da obra “A NOVA LEI DE LICITAÇÕES E CONTRATOS: *Onde estamos? E para onde vamos?*” (CONSULTRE, 2021).



ICOGESP

Verifique a autenticidade deste documento em <https://sgd.to.gov.br/verificador> informando o código: 3E96A2DD0231D9DE | SGD:2025/11019/004469

INFORMAÇÕES E INSCRIÇÕES
WWW.ICOGESP.COM.BR



CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO

(PUBLICIDADE, COMUNICAÇÃO, MARKETING DIGITAL E LIVE MARKETING)

20 HORAS DE CAPACITAÇÃO



24, 25 e 26
de novembro



PALMAS
TOCANTINS



MAX MÜLLER

Comunicador e professor. Articulista e escritor nas temáticas afetas à Gestão Pública. Diretor da Ampla GOV e da CONECTA Conhecimento.

INVESTIMENTO |

R\$2.890,00 (Por participante)

O valor da inscrição é R\$ 2.890,00 (dois mil e oitocentos e noventa reais) por inscrição. Na inscrição de 3 ou mais participantes tem 10% de desconto. Acima de 6 inscrições é ofertado condições especiais. Incluso coffee – break, material de apoio, pasta padrão ICOGESP, Garrafa, caneta e marcador de texto.

PAGAMENTO |

Os dados para pagamento são:

Agência nº. 3664-1

Conta Corrente nº. 29261-3 Via 01

Banco Bradesco, em nome da empresa BARROS COVALO LTDA-ME.

INFORMAÇÕES E CONTATO |

BARROS E COVALO LTDA – ME

Instituto de Consultoria e Gestão Pública – ICOGESP

CNPJ: 25.449.425/0001-03

WhatsApp: (63) 989283-8298

E-mail: icogesp@icogesp.com.br

Site do ICOGESP: www.icogesp.com.br



ICOGESP

Verifique a autenticidade deste documento em <https://sgd.to.gov.br/verificador> informando o código: 3E96A2DD0231D9DE | SGD:2025/11019/004469

INFORMAÇÕES E INSCRIÇÕES
WWW.ICOGESP.COM.BR



CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO

(PUBLICIDADE, COMUNICAÇÃO, MARKETING DIGITAL E LIVE MARKETING)

20 HORAS DE CAPACITAÇÃO



24, 25 e 26
de novembro



PALMAS
TOCANTINS



MAX MÜLLER

Comunicador e professor. Articulista e escritor nas temáticas afetas à Gestão Pública. Diretor da Ampla GOV e da CONECTA Conhecimento.

POLÍTICA DE REALIZAÇÃO DOS CURSOS:

A realização desta turma está vinculada à obtenção de um quórum mínimo de participantes inscritos, pré-requisito necessário para a confirmação do curso.

Pedimos a gentileza para que o participante aguarde o contato da ICOGESP quando o número mínimo de alunos for atingido.

CANCELAMENTO:

Cancelamento por parte do Treinando. O cancelamento da inscrição por parte do treinando poderá ser realizada com até 7 (sete) dias úteis de antecedência à realização do evento; após este prazo não mais será aceito o cancelamento da inscrição, mas poderá ser feita a substituição do participante. Cancelamento por parte da empresa.

A ICOGESP reserva-se o direito de adiar ou cancelar o evento por motivo operacional relevante obrigando-se, porém, a comunicar tal fato com razoável antecedência à contratante.

ALTERAÇÃO:

A ICOGESP se reserva no direito de realizar, de forma superveniente, alterações na programação. A substituição de palestrante poderá ocorrer em face da indisponibilidade do palestrante/instrutor após a confirmação do convite ou mesmo em razão de caso fortuito ou força maior.



ICOGESP

Verifique a autenticidade deste documento em <https://sgd.to.gov.br/verificador> informando o código: 3E96A2DD0231D9DE | SGD:2025/11019/004469

INFORMAÇÕES E INSCRIÇÕES
WWW.ICOGESP.COM.BR

