

SERVIÇOS DE PUBLICIDADE

1. Situação geral

O Instituto Federal de Santa Catarina (IFSC) é uma autarquia federal vinculada ao Ministério da Educação (MEC) por meio da Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica (Setec). Tem sede e foro em Florianópolis, com autonomia administrativa, patrimonial, financeira, didático-pedagógica e disciplinar.

Fundado em 1909 como Escola de Aprendizes Artífices, em 2008 passou a se chamar Instituto Federal de Santa Catarina e a integrar a recém criada Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica, que também criou outros 37 Institutos Federais no país.

Sua finalidade é ofertar formação e qualificação em diversas áreas, nos vários níveis e modalidades de ensino, bem como realizar pesquisa e desenvolvimento de novos processos, produtos e serviços, em articulação com os setores produtivos da sociedade catarinense.

Missão

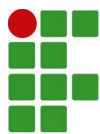
Promover a inclusão e formar cidadãos para a transformação social, por meio da educação profissional, científica e tecnológica, gerando, difundindo e aplicando conhecimento e inovação, contribuindo para o desenvolvimento social, econômico e cultural.

Visão

Ser uma instituição de referência em educação profissional, científica e tecnológica com inclusão, acesso, permanência e êxito, fundamentada na gestão participativa humanizada e na indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão

Valores

- **COMPROMISSO SOCIAL**, pautado pelo reconhecimento e acolhimento às diferenças históricas, econômicas, culturais e sociais.
- **DEMOCRACIA**, pautada pelos princípios de liberdade, participação, corresponsabilidade e respeito à coletividade e à diversidade.
- **EQUIDADE**, pautada em princípios éticos nas relações sociais e nos processos de gestão.



- ÉTICA, pautada na perspectiva pedagógica e de integridade, justiça social, solidariedade e responsabilidade individual e coletiva.
- INTEGRIDADE, pautada por princípios éticos, de transparência, boas práticas de governança e responsabilidade com o bem público.
- INOVAÇÃO, pautada em processos que estimulem ações criativas e soluções diferenciadas à sociedade.
- QUALIDADE, pautada na entrega de valor público, oferecendo respostas efetivas às necessidades da comunidade acadêmica e sociedade em geral.
- RESPEITO à ciência e às relações humanas, pautados pela importância do diálogo com vistas à construção de respostas para as demandas da sociedade.
- SUSTENTABILIDADE, pautada pelo estímulo à integração das dimensões ambiental, social, econômica e cultural.

Panorama geral

O IFSC está presente em 21 cidades de Santa Catarina, com 23 câmpus, e oferta cursos de qualificação profissional, educação de jovens e adultos, cursos técnicos, superiores e de pós-graduação, com cursos presenciais e a distância, todos gratuitos.

Conforme pesquisa realizada em 2025, de forma geral o IFSC é uma instituição amplamente conhecida em Santa Catarina e reconhecida por oferecer uma formação de qualidade. Há ainda, no entanto, cerca de 30% da população catarinense que não conhece a instituição, e parte da população que não sabe que os cursos são gratuitos e/ou que são para diversos públicos.

Neste sentido, os principais pontos positivos da instituição são a variedade e a qualidade dos cursos, professores e infraestrutura. Por outro lado, os pontos negativos são um processo de ingresso complexo e a dificuldade de comunicar tantas ofertas diferentes para públicos distintos.

A publicidade, então, tem o papel de ampliar o alcance da divulgação das vagas ofertadas pelo IFSC, fortalecendo a marca da instituição na população catarinense e aumentando o número de inscritos nos cursos.

Importante ressaltar que o IFSC só pode contratar publicidade de utilidade pública, relacionada à veiculação de oferta de produtos e serviços, no caso, a divulgação das vagas abertas em cursos.

2. Desafios de comunicação

Com atuação na educação catarinense há mais de 100 anos, o IFSC já passou por diversas transformações, tanto em sua nomenclatura quanto em sua oferta. Inicialmente criado para ofertar formação profissional aos filhos de classes socioeconômicas menos favorecidas, com cursos como carpintaria e alfaiataria, hoje oferece cursos que vão desde a qualificação profissional básica até a pós-graduação.

Essa amplitude de ofertas - para além das mudanças de nome - é um dos principais desafios de comunicação, visto que é preciso alcançar públicos diversos em idades, interesses e nível de conhecimento.

O desafio de comunicação, então, está em fazer chegar a missão e finalidade do IFSC a um público diverso e disperso geograficamente, despertando no público-alvo o interesse em realizar um curso no IFSC pela qualidade da oferta e por ser uma instituição de ensino pública e gratuita.

3. Objetivos de comunicação - Geral e específicos

Objetivo geral:

Ampliar o número de inscritos nos cursos ofertados pelo IFSC

Objetivos específicos:

- Informar sobre os tipos de cursos ofertados pelo IFSC;
- Ampliar o conhecimento da marca IFSC pelos catarinenses;
- Despertar o interesse em conhecer o IFSC;
- Apresentar os diferenciais da educação oferecida pelo IFSC.

4. Públicos-alvo

O público prioritário para alcance das ações compreende as classes C, D e E, com interesse em se qualificar. As idades variam de 15 a 60 anos, a depender do tipo de oferta.

- Ensino Médio Técnico: estudantes do último ano do Ensino Fundamental, com interesse em fazer o Ensino Médio junto com um curso técnico, e pais destes estudantes;
- Cursos Técnicos Concomitantes: estudantes do Ensino Médio que desejam fazer um curso técnico no IFSC, com idade estimada entre 15 e 18 anos;



- Cursos Técnicos Subsequentes: pessoas que já concluíram o Ensino Médio e desejam fazer um curso técnico. Idade estimada entre 18 e 45 anos;
- Cursos de Graduação: pessoas que já concluíram o Ensino Médio e desejam fazer um curso superior. Idade estimada entre 18 e 45 anos;
- Cursos de Pós-Graduação: pessoas que já concluíram o Ensino Superior e desejam fazer um curso de especialização ou mestrado. Idade estimada entre 21 e 50 anos;
- Cursos Proeja: pessoas com mais de 15 anos que não concluíram o Ensino Fundamental e pessoas com mais de 18 anos que não concluíram o Ensino Médio e que querem seguir estudando.
- Cursos de qualificação profissional e idiomas: pessoas de 15 a 50 anos que tem interesse em fazer um curso rápido de qualificação profissional ou idiomas.

5. Praças

As ações devem contemplar toda a área de abrangência do IFSC, ou seja, as 21 cidades de Santa Catarina onde a instituição possui câmpus:

- Araranguá
- Caçador
- Canoinhas
- Chapecó
- Criciúma
- Florianópolis
- Garopaba
- Gaspar
- Itajaí
- Jaraguá do Sul
- Joinville
- Lages
- Palhoça
- São Carlos
- São José
- São Lourenço do Oeste
- São Miguel do Oeste
- Tijucas
- Tubarão
- Urupema
- Xanxerê

6. Período

As ações serão distribuídas ao longo do período de um ano, conforme calendário de ingresso do IFSC. Deve-se considerar que os processos são por semestre, e que usualmente são realizados a cada semestre um ingresso para cursos técnicos, um para Proeja e um para graduação, além de dois ingressos para cursos de qualificação profissional e idiomas.

7. Verba referencial para investimento

No cálculo da alocação dos valores para a produção, veiculação, exposição e/ou distribuição da campanha, a licitante utilizará como verba referencial o valor de R\$600.000,00 (seiscentos mil reais).

8. Pesquisas e outras informações

Para fins de elaboração da campanha, é importante que a licitante conheça a Política de Comunicação do IFSC - ifsc.edu.br/polcom - e o Plano de Desenvolvimento Institucional 2025-2029 - <https://ifsc.edu.br/pdi> -, além do próprio site do IFSC - ifsc.edu.br - e das mídias sociais da instituição, principalmente o Instagram - [instagram.com/ifsc](https://www.instagram.com/ifsc).

São relevantes, no site do IFSC, principalmente as páginas que apresentam os tipos de cursos - ifsc.edu.br/cursos - e os processos seletivos - <https://www.ifsc.edu.br/editais> -, além do calendário de inscrições - <https://www.ifsc.edu.br/calendario-de-inscricoes>.

9. Recursos próprios de comunicação

O IFSC está presente nas mídias sociais – Facebook, X, Youtube, Instagram e LinkedIn – além de possuir o website institucional e o dos câmpus e um perfil no TikTok (utilizado somente para anúncios). Os câmpus também possuem perfis próprios nas mídias sociais.

Destacam-se ainda um cadastro de e-mails de interessados em estudar no IFSC, uma newsletter para estudantes e outra para servidores, além do Blog do IFSC - um canal utilizado para tratar de temas institucionais de forma descontraída.

10. Esforços anteriores em comunicação

O IFSC possui uma estrutura de comunicação composta por designers, jornalistas, relações públicas, técnicos e tecnólogos em audiovisual, que atuam em conjunto na Diretoria de Comunicação com produção de peças gráficas (cartazes, banners, faixas), atualização dos canais institucionais, assessoria de imprensa, elaboração e manutenção da identidade visual, organização



de eventos e promoção de campanhas de comunicação internas e externas. Desde 2014, também conta com o serviço de uma agência de publicidade contratada.

Os valores investidos pelo IFSC a título de campanha estadual podem ser consultados na página <https://ifsc.edu.br/execucao-do-contrato-de-publicidade>. Além do recurso de alocação estadual, cada câmpus desenvolve ações localmente, com compra de mídia local, em valor total estimado de cerca de R\$300.000,00 por ano.

QUADRO RESUMO - INVESTIMENTO PUBLICITÁRIO (ANO)		
DESTINAÇÃO	VALOR	PERCENTUAL
PRODUÇÃO	R\$ 31.000,00	12%
- Gráfica	R\$ 0,00	0%
- Eletrônica	R\$ 0,00	0%
- Digital	R\$ 31.000,00	12%
DESTINAÇÃO	VALOR	PERCENTUAL
MÍDIA	R\$ 219.000,00	88%
- Televisão	R\$ 0,00	0%
- Rádio	R\$ 80.000,00	32%
- Jornal	R\$ 0,00	0%
- Revista	R\$ 0,00	0%
- Internet	R\$ 132.000,00	53%
- Mídia Exterior	R\$ 7.000,00	3%
- Cinema	R\$ 0,00	0%
- Outros	R\$ 0,00	0%
TOTAL	R\$ 250.000,00	100%