

CURSO ON-LINE: CONSTRUÇÃO DE NARRATIVAS PARA COMUNICAÇÃO POLÍTICA

Professor: Marcelo Vitorino

Descrição do curso

Em meio à enorme quantidade de conteúdo produzido por candidatos, as campanhas que desejam diferenciar-se das demais e engajar militantes e eleitores, precisam acertar no tom, na linguagem, no tema, no canal, na frequência, no formato e no argumento.

O curso destina-se a preparar profissionais para planejar e desenvolver estratégias de conteúdo político, independentemente da plataforma digital escolhida (blog, Youtube, Facebook, Instagram, Twitter, SMS ou WhatsApp).

O que você vai aprender?

- Estruturar políticas de conteúdo segmentadas para públicos de interesse
- Planejar a comunicação política de um político, com mandato eletivo ou cargo de confiança
- identificar as melhores oportunidades para posicionamento de opiniões
- Planejar conteúdos com boa indexação nos mecanismos de busca, como o Google
- Publicar corretamente os conteúdos de acordo com os canais escolhidos (blog, Youtube, Facebook, Instagram, Twitter, SMS ou WhatsApp)
- Organizar a produção do conteúdo com planilhas de controle e produtividade

Metodologia e carga-horária

Curso 100% on-line composto de videoaulas, além de material complementar para download e leitura.

Carga horária: 4h

Programa completo de videoaulas:

Por dentro da comunicação política

1. Conhecendo o tripé de composição macro do conteúdo político
2. Os melhores exemplos uma comunicação política eficiente
3. Principais canais para comunicação política
4. A internet como canal prioritário para relacionamento com *stakeholders*

Estratégias de conteúdo para comunicação política na internet

1. Definindo a melhor estratégia de conteúdo de acordo com o canal de comunicação
2. Formatação e características da política de conteúdo dos canais digitais
3. Usando das melhores práticas para produzir conteúdo
4. Como identificar as melhores pautas
5. Construção de *storytelling* de médio e longo prazo

A entrega dos conteúdos para públicos de interesse

1. Elementos essenciais para engajamento em redes sociais
2. Mecanismos de busca, redes sociais e mensagens eletrônicas (e-mail, WhatsApp e SMS)
3. Trabalhando com mecanismos de busca em busca da reputação online
4. Escolhendo quando usar e-mail marketing, newsletter, lista de transmissão e variáveis
5. Aplicando *inbound* marketing para comunicação política

Estabelecendo modelo de governança

1. Matriz de responsabilidade
2. Organograma funcional
3. Cargos e funções
4. Fluxos operacionais

