

## CURSO COMPLETO EM COMUNICAÇÃO PÚBLICA 2024

A **Aberje** (Associação Brasileira de Comunicação Empresarial) e **ABCPública** (Associação Brasileira de Comunicação Pública) estão atuando juntas no objetivo de valorizar e construir práticas de comunicação que atendam as necessidades de informação e interação da sociedade com o Estado e do Estado com a sociedade. Um dos resultados da parceria é este programa de longa duração (**60 horas**) com 10 módulos sobre comunicação na área pública, voltado para profissionais da área. Para isso, Aberje e ABCPública reuniram uma equipe de pesquisadores e de profissionais com diferentes trajetórias e formações, com larga experiência na interação entre Estado, mercado e sociedade. Eles vão discutir casos e apresentar visões e práticas a partir do novo ecossistema informativo em busca de uma comunicação estratégica, protagonista, atualizada e eficiente, voltada para um cidadão cada vez mais ativo e exigente. O curso terá aulas, seminários, debates e produção de conteúdo para acesso público sobre experiências e conhecimento de professores e alunos. Convidamos você a participar desse processo e ajudar a qualificar a comunicação na área pública no Brasil. Você poderá adquirir o programa completo ou somente aulas específicas.

→ **25 DE MAIO A 26 DE OUTUBRO DE 2024**

→ **14H ÀS 17H - SÁBADOS**

---

### INVESTIMENTO

- **Programa completo:** R\$5.500 para associados e R\$8.250 para não associados
- **Valor por módulo:** R\$880 para associados e R\$1.320 para não associados

---

### FORMAS DE PAGAMENTO

- **Boleto Bancário (à vista):** Assim que o curso for confirmado, nosso departamento financeiro providenciará o faturamento. A nota é enviada por e-mail da Prefeitura do Estado de São Paulo e o boleto é emitido no mês

vigente ao curso, enviado por e-mail pelo Banco Itaú, em forma de um link eletrônico.

- **Boleto Bancário (parcelado):** Pagamento em até 4x no boleto bancário.
- **Depósito identificado em conta:** A Nota Fiscal é enviada por e-mail do responsável pela inscrição com os dados para pagamento. A Nota Fiscal também é enviada via Seedex com a Certidão de Isenção de Imposto. Enviar comprovante por e-mail para [cursos@aberje.com.br](mailto:cursos@aberje.com.br), indicando nome e data do curso.
- **Empenho:** (aceito somente se for recebido antes do curso) \*Emitimos Nota Fiscal. A Aberje está cadastrada no Sicafe.

---

## PROGRAMAÇÃO

### Módulo 1:

- **FAZER COMUNICAÇÃO PÚBLICA EM ANO DE COMUNICAÇÃO POLÍTICA – SEMINÁRIO DE ABERTURA**
- **25 DE MAIO DE 2024 - 4 HORAS**

**Instrutores:** Cláudia Lemos, Jorge Antonio Menna Duarte, Paulo Nassar, Eduardo Tessler, Eduardo Pugnali, Giselly Siqueira e Helena Chagas

Palestra de abertura: “**Comunicação Pública em tempos de MultiConexão e do protagonismo da Inteligência Artificial**”, com Eduardo Tessler e mediação do Prof. Paulo Nassar

- Como se preparar para os novos tempos
- Como ter excelência sem grandes investimentos e novos recursos
- Quais os fatores de sucesso no mundo da Comunicação Pública
- Comunicação Pública AD (antes do Digital) – As pontes com as comunidades (aqui eu explico como tudo funcionava até a popularização do digital)
- A explosão de players, os novos canais – Aqui começa a “deregulation”
- Ameaça ou oportunidade? Como fazer desse limão uma limonada para a Comunicação Pública, aproveitando as ferramentas
- A chegada da IAGen – Onde eu me posiciono? O que faço para aproveitar esse novo tempo? Como fazer a presença da IAGen ser uma ótima notícia?
- As novas funções: cientista de dados, desenvolvedor, etc
- Qual a nova equipe necessária? O que devo fazer para me posicionar bem e prestar o melhor serviço público?

- Os novos concorrentes. As FakeNews. As soluções criativas.
- Como fazer a Comunicação Pública em 2024
- Exemplos, ideias, provocações

Painel de debate: “**Fazer Comunicação Pública em Ano de Eleições**” com Giselly Siqueira, Helena Chagas e Eduardo Pignalli e mediação do Prof. Jorge Duarte.

---

## **Módulo 2:**

- **ESTRATÉGIA E PLANEJAMENTO EM COMUNICAÇÃO PÚBLICA**
- **08 E 15 DE JUNHO DE 2024 - 6 HORAS**

**Instrutores:** Jorge Antonio Menna Duarte e Wilson Bueno

### **1) Introdução sobre a importância do tema**

Na maioria das organizações públicas, a rotina impede a reflexão e a operacionalização de soluções originais para problemas relevantes. Ao mesmo tempo, a exigência cada vez maior de resultados, a restrição de recursos e o ambiente de profundas mudanças na comunicação e na política impõem a necessidade de avaliar e aperfeiçoar o trabalho desenvolvido. O diagnóstico, estratégia e planejamento desempenham papéis fundamentais para um profissional de comunicação. O diagnóstico oferece uma visão precisa da realidade. A estratégia define a direção a seguir, alinhando objetivos com a missão da organização, para gerar impacto. O planejamento detalha o caminho para alcançar esses objetivos, otimizando recursos e tempo. Juntos, garantem a atuação de forma proativa e eficaz para responder às necessidades de comunicação das organizações e dos cidadãos. A combinação desses três pilares é essencial para uma comunicação pública responsável, ágil e alinhada com as demandas do cidadão e a missão da organização.

### **2) Objetivos do curso**

- 1- Demonstrar aos alunos o potencial do diagnóstico, da estratégia e do planejamento de obter resultados mais efetivos em comunicação pública;
- 2- Familiarizar os alunos com metodologia de estratégia em comunicação;
- 3- Capacitar os alunos a empregar metodologias simplificadas e eficientes de diagnóstico e planejamento em comunicação pública.

### **3) Programa do curso**

Comunicação nas organizações públicas. Comunicação Integrada. Comunicação estratégica. Modelo de diagnóstico rápido em comunicação. Concepção de estratégia. Modelos de planejamento.

#### **4) Benefícios para os participantes**

Ao participar deste curso, o aluno conhecerá modelos práticos e factíveis de diagnóstico, estratégia e planejamento aplicáveis à rotina das organizações. Também serão apresentados exemplos reais vivenciados pelo professor de uso para melhorar os resultados das instituições.

#### **5) A metodologia aplicada**

Aulas expositivas, apresentação de casos e debates com o grupo. O curso incluirá fornecimento de conteúdo bibliográfico sobre os temas tratados e indicações de leitura. Incluirá ainda o seminário “Fazendo comunicação pública na prática”, com Wilson Bueno, jornalista, professor sênior da USP e Diretor da Comtexto Comunicação e Pesquisa.

---

### **Módulo 3:**

**→ ESTRATÉGIAS EM RELAÇÕES COM AS MÍDIAS: MUITO ALÉM DE  
ASSESSORIA DE IMPRENSA**

**→ 22 E 29 DE JUNHO DE 2024 - 6 HORAS**

#### **1) Introdução sobre a importância do tema**

Relacionamento com a imprensa é desafio relevante para organizações públicas há algumas décadas e, muitas vezes, uma das atividades mais críticas. Nos últimos anos, com as transformações no ecossistema de informação, a atividade aprofundou a necessidade de qualificar a relação com jornalistas e, particularmente, a maneira como organizações e fontes interagem com a sociedade. As transformações exigem novas estratégias, instrumentos e formas de atuação de maneira a garantir a qualidade da informação à sociedade, mediada ou não pela imprensa. É o que será tratado no curso.

#### **2) Objetivos do curso**

Contribuir para a qualificação e crescimento profissional dos participantes, capacitando-os para atuar de maneira proativa e estratégica na gestão e operacionalização da comunicação;

Capacitar em práticas de atendimento à imprensa e relacionamento com veículos de comunicação e jornalistas;

Capacitar no desempenho do novo papel estratégico da imprensa para informação ao cidadão e divulgação da atividade pública;  
Compreender o papel, potencial e uso dos instrumentos de relacionamento com a imprensa;  
Qualificar a relação com jornalistas, dirigentes em busca da melhor informação à sociedade.

### **3) Programa do curso**

Estratégia em Comunicação: o que é e como fazer;  
As transformações no sistema de informação e a atuação do assessor de imprensa;  
Estratégia em assessoria de imprensa;  
Mensagens: capacitando porta-vozes institucionais;  
Discussão de questões apresentadas pelo grupo.

### **4) Benefícios para os participantes**

O participante deverá passar a ter uma visão abrangente e atual do papel estratégico, responsabilidade, atuação e possibilidades dos profissionais de comunicação em sua atuação para relacionamento e informação com jornalistas e na informação a seus públicos e à sociedade.

### **5) A metodologia aplicada**

Apresentação expositiva com diálogo entre palestrante e participantes.

---

## **Módulo 4:**

- COMUNICAÇÃO PÚBLICA DIGITAL: GESTÃO, ESTRATÉGIAS E OPERACIONALIZAÇÃO**
- 06 E 13 DE JULHO DE 2024 - 6 HORAS**

**Instrutora:** Erica Abe

### **1) Introdução sobre a importância do tema**

A comunicação pública está fortemente impactada pela cultura digital. No Brasil, mais de 60% da população acessa a internet com frequência, sendo que a maior parte dela utiliza celulares para isso – o que facilita o acesso à rede mundial de computadores. Essa forte adoção do comportamento digital pela população faz com que os entes públicos sejam demandados por soluções que utilizem ferramentas dessa nova comunicação pelo cidadão. Esses recursos devem não só integrar a

estratégia geral de comunicação, mas também ter uma estratégia própria da produção digital, contemplando as especificidades desse meio.

## **2) Objetivos do curso**

Apresentar a cultura digital e seu impacto no ambiente da comunicação pública;  
Estimular a reflexão sobre os caminhos profissionais e das organizações, desenvolvendo capacidade de planejar e gerenciar projetos de comunicação digital;  
Indicar metodologias para a construção de planejamento e ações focadas no mundo digital.

## **3) Programa do curso**

O universo e a cultura digitais. Características da sociedade em rede;  
Comunicação Pública Digital e Comunicação Pública Integrada;  
Profissionalização do mercado de trabalho: novos profissionais e novos produtos  
Estratégias para comunicação digital. Monitoramento. Produção de conteúdo. SAC 2.0;  
Ferramentas de interação com o cidadão: plataformas, aplicativos, redes sociais, etc.

## **4) Benefícios para os participantes**

Ao concluir o curso, o participante será capaz de elaborar estratégias de comunicação utilizando ferramentas digitais, de maneira isolada ou integrada com outras ações de comunicação. Também estará apto a contratar e supervisionar a qualidade de contratos de serviço de comunicação digital.

## **5) A metodologia aplicada**

Aulas expositivas. Apresentações de cases.

---

### **Módulo 5:**

- MENSURAÇÃO DA COMUNICAÇÃO NA ÁREA PÚBLICA**
- 20 E 27 DE JULHO DE 2024 - 6 HORAS**

**Instrutor:** Marcos Andre Costa

### **1) Introdução sobre a importância do tema**

A gestão da comunicação nas organizações contempla atividades de planejamento, execução e controle de resultados, avaliando a sua contribuição para a estratégia do negócio. Entender quais são os instrumentos de medida de resultados faz parte

das competências exigidas de um profissional de comunicação. É fundamental que ele tenha uma base teórica de excelência para escolher a melhor metodologia de mensuração dos resultados de programas, projetos, campanhas e meios de comunicação.

## **2) Objetivos do curso**

Contextualizar a mensuração de resultados de comunicação;  
Discutir possibilidades de avaliação das ações de comunicação;  
Capacitar o comunicador a gerenciar pesquisas/mensuração;  
Construir um modelo de questionário de avaliação;  
Simular mensuração de comunicação.

## **3) Programa do curso**

Conceitos básicos de mensuração;  
A importância do planejamento;  
Métodos de abordagem para coleta de dados;  
Definição de performance por tipo de indicador;  
Modelos de mensuração;  
Efetividade, eficiência e eficácia;  
Análise dos resultados;  
ROI aplicado a ações de comunicação para públicos interno e externo;  
Como medir um projeto de comunicação.

## **4) Benefícios para os participantes**

Desenvolver e/ou aprimorar competências de mensuração em projetos de comunicação na área pública.

## **5) A metodologia aplicada**

Exposição oral dialogada, estudo de caso, simulação.

---

### **Módulo 6:**

- **GESTÃO DE RISCOS E CRISES EM COMUNICAÇÃO: UMA AGENDA PERMANENTE**
- **03 E 10 DE AGOSTO DE 2024 - 6 HORAS**

**Instrutor:** Armando Medeiros de Faria

### **1) Ementa:**

Desafios teóricos e práticos. Conceituação básica: cisne negro e o padrão crise” na comunicação. A convergência de riscos: mídia tradicional e digital. Poder público e política no Brasil: mapeamento de riscos. Lições sobre o inesperado.

## **2) Justificativa:**

Na administração pública – objeto de intensa cobertura da imprensa e novas mídias, alvo das ações de fiscalização de agências reguladoras e órgãos de controle, de grupos de pressão e da atividade parlamentar – a gestão de riscos é agenda permanente. A admirável capacidade de multiplicação desordenada de conteúdos e a consolidação de novos formatos de informação, geram redobrado cuidado sobre a reputação das instituições e de suas lideranças. Como enfrentar a catástrofe da exposição negativa e como resistir aos impactos de eventos críticos? É possível antecipar e prever? Embora instrumentos de prevenção e mitigação de crises sejam imprescindíveis, os riscos no novo ecossistema informativo – cuja característica central é a velocidade – desafiam as respostas tradicionais. Deve-se levar em conta o aleatório, a permanente incerteza e o impacto de algo não previsto. A qualificação dos gestores da área de comunicação para o gerenciamento de crises consiste, sobretudo, na capacidade de construir estratégias de resiliência.

## **3) Objetivos do curso:**

Proporcionar capacidade teórica-analítica para compreender a especificidade das crises de comunicação na esfera das instituições e órgãos do Estado;  
Permitir ao gestor a identificação correta sobre a gênese das crises e os desdobramentos imediatos (ações reativas e proativas);  
Consolidar a cultura preventiva (planejamento) e apresentar instrumentos e ferramentas úteis para o gerenciamento de crises (planos de emergência/contingência, manuais, etc.);  
Estudar e comparar diferentes situações de crise;  
Captar as estratégias dos atores sociais e grupos de pressão durante os processos de crise de comunicação;  
Qualificar os agentes públicos para atuar estrategicamente em situações de crise;

## **4) Benefícios/resultados esperados:**

Ao final do módulo os gestores de comunicação estarão mais habilitados para:  
ênfase mais a gestão de riscos (identificar e conhecer, mapear);  
incorporar a dimensão “política” no gerenciamento de crises;  
desenvolver políticas e práticas de atuação inspiradas nos princípios apresentados;  
incorporar no dia-a-dia profissional as modernas ferramentas de gestão de comunicação em situações de crise;

### **5) Programa do curso:**

Revisão de conceitos: a relevância do desconhecido.

A administração pública: riscos políticos e de gestão/formulação de políticas públicas.

Como lidar com a vulnerabilidade e incertezas da política.

Instrumentos e procedimentos: qual o melhor modelo para antecipar, reagir e sobreviver.

Lições práticas: a necessidade de cultivar a resiliência.

### **6) Metodologia aplicada:**

Exposições; debates; sessões de vídeos; discussão de situações práticas no cotidiano da comunicação pública;

### **7) Indicações bibliográficas:**

TALEB, Nassim. A lógica do cisne negro: o impacto do altamente improvável. Rio de Janeiro. Editora BestBusiness, 2018.

WEBER, Maria Helena; COELHO, Marja Pfeifer e LOCATELLI, Carlos (org.). Comunicação pública e política: pesquisas e práticas. Florianópolis, Ed. Insular, 2017.

THOMPSON, John B. O escândalo político: poder e visibilidade na era da mídia. Rio de Janeiro, Editora Vozes, 2002.

---

## **Módulo 7:**

**→ GESTÃO DE EQUIPES, ESTRUTURAS E PROCESSOS DE  
COMUNICAÇÃO PÚBLICA**

**→ 17 E 24 DE AGOSTO DE 2024 - 6 HORAS**

**Instrutora:** Vivian Cristina Rio Stella

### **1) Introdução sobre a importância do tema**

Compôr e engajar equipes, lidar com diferentes expectativas e perfis, gerenciar processos e conflitos são alguns dos desafios dos profissionais de diferentes áreas que atuam como líderes, inclusive na área pública. E, muitas vezes, a principal causa do não cumprimento de metas pode ser a falta de habilidade do próprio líder em gerenciar pessoas. Por isso, neste curso, serão propostas reflexões e atividades para aprimorar essa habilidade. Vale ressaltar que não há uma única forma de lidar com as mais diferentes equipes e situações, mas serão discutidas boas práticas adaptáveis aos mais distintos contextos que envolvem a comunicação pública.

## **2) Objetivos do curso**

Capacitar os participantes a atuar como líder coach e a se comunicar de forma assertiva.

Habilitar os participantes a gerenciar conflitos por meio de atitudes e habilidades de influência e comunicação.

Estimular os participantes a aprimorar sua percepção, empatia e escuta ativa.

## **3) Programa do curso (temas principais que serão abordados)**

Macrotendências da liderança do futuro;

Formação de equipe;

Diferentes estilos comunicativos (Jung);

Papel do feedback na gestão de equipe;

Definição de critérios de avaliação de desempenho e alinhamento de expectativa;

O líder comunicador: quem é ele e como age;

Assertividade;

Escuta ativa.

Habilidades comunicativas: Golden Circle da comunicação; Princípios de eficácia da mensagem: clareza, concisão, adequação, ordenação, relevância e concisão;

Recursos verbais e não verbais que favorecem a comunicação.

## **4) Benefícios para os participantes**

Desenvolver e/ou aprimorar competências comunicativas para estabelecer melhores relações interpessoais, para gerenciar pessoas e processos e para minimizar conflitos.

Aumentar a credibilidade e efetividade da organização graças a uma comunicação assertiva e voltada para a resolução de conflitos e para o bom clima organizacional.

## **5) A metodologia aplicada**

Exposição oral dialogada, estudo de caso, simulação, análise e discussão a partir de cenas de filmes.

---

### **Módulo 8:**

**→ GESTÃO DA COMUNICAÇÃO INTERNA: INFORMAÇÃO E DIÁLOGO  
COM EMPREGADOS DA ÁREA PÚBLICA**

**→ 31 DE AGOSTO E 14 DE SETEMBRO DE 2024 - 6 HORAS**

**Instrutor:** Carlos Netto

### **1) Importância do tema**

A gestão da comunicação interna é um desafio para todos os profissionais da área pública. Muitos são os caminhos e as possibilidades a serem adotadas. A cobrança por soluções eficientes e resultados reais aumenta diariamente a pressão nos profissionais de comunicação pública. Serão abordados conceitos e tendências da área de comunicação interna, alguns estudos de casos, mas principalmente as experiências dos profissionais da área pública participantes serão aproveitadas durante o curso para um amplo debate e busca de uma reflexão conjunta.

### **2) Objetivos do curso**

- 1- Contextualizar as principais tendências da área de comunicação interna.
- 2- Identificar os principais gargalos a serem superados.
- 3- Buscar alternativas viáveis e contextualizadas para a realidade da área pública e das organizações participantes.
- 4- Apoiar os profissionais que trabalham com a comunicação interna das organizações públicas a identificarem caminhos para aprimorar sua gestão.

### **3) Programa do curso**

- 1- Principais tendências da comunicação interna nas organizações públicas.
- 2- Reflexões sobre os desafios que os profissionais de comunicação pública enfrentam no seu dia a dia em relação ao diálogo com empregados.
- 3- Principais armadilhas e erros na gestão da comunicação interna.
- 4- Alternativas para enfrentar a complexidade do dia a dia do trabalho.
- 5- Mostra de diversos cases de sucesso com ações diferenciadas e eficientes de comunicação interna.

### **4) Benefícios para os participantes**

Os participantes terão a oportunidade de discutir e debater os principais desafios da gestão da comunicação interna na atualidade. Terão a oportunidade de trocar experiências, comentar situações reais e tempo para refletir os seus principais desafios. O dia a dia acaba impedindo uma reflexão mais profunda e um planejamento das principais demandas das organizações.

### **5) A metodologia aplicada**

Trabalharemos com uma metodologia mista. Serão abordados conceitos e tendências da área de comunicação interna, alguns estudos de casos, mas principalmente as experiências dos participantes serão aproveitadas durante o curso para um amplo debate e busca de uma reflexão conjunta.

**Módulo 9:**

- **GESTÃO DE PUBLICIDADE, MARKETING E PATROCÍNIO**
- **21 E 28 DE SETEMBRO DE 2024 - 6 HORAS**

**Instrutor:** Caio Barsotti

**1) Importância do tema:**

Custos e prejuízos envolvendo atraso em entregas, refeições, desperdício de energia e dedicação das equipes e adiamento de alcance de resultados configuram grandes desafios à gestão das organizações. Como brifar adequadamente? Como negociar? Como desenvolver um plano estratégico com ações de publicidade, marketing e patrocínios?

**2) Objetivos do curso:**

Capacitar o gestor de comunicação pública a gerenciar marcas;  
Promover o exercício do pensamento estratégico da elaboração de briefing em comunicação e marketing, por meio da reflexão sobre o relacionamento entre clientes e fornecedores;  
Levar ao entendimento sobre o processo de compartilhamento de significado entre os agentes envolvidos no processo de criação, da revisão dos princípios de planejamento em publicidade e marketing;  
Auxiliar o gestor em suas decisões estratégicas em relação aos patrocínios.

**3) Programa:**

Conceitos de publicidade, marketing, branding;  
Elementos e tipologias em publicidade;  
Marketing e patrocínio: uma visão integrativa;  
O briefing;  
A negociação com empresas contratadas;  
Planos e processos de marketing, publicidade e patrocínio;  
Gestão da terceirização: como melhor aproveitar contratos e serviços.

**4) Benefícios para os participantes:**

Maior clareza sobre a gestão da marca na comunicação.

**5) Metodologia:**

Aula expositiva, estudos de caso, dinâmicas em grupo.

## Módulo 10:

- SEMINÁRIOS DE COMUNICAÇÃO PÚBLICA
- 19 E 26 DE OUTUBRO DE 2024 8 HORAS

- Apresentação de Seminários de Comunicação Pública pelos alunos.
- 

## INSCRIÇÕES

- <https://escolaaberje.com.br/curso/curso-completo-em-comunicacao-publica/>
  - <https://abcpublica.org.br/curso-completo>
- 

## CONTATO

- **Secretaria de cursos (livres, avançados) da Escola Aberje de Comunicação:**  
(11) 5627-9090 Ramal 844 ou 837 – [cursos@aberje.com.br](mailto:cursos@aberje.com.br)
- **Secretaria MBA Aberje:**  
(11) 5627-9090 Ramal 844 – [mba@aberje.com.br](mailto:mba@aberje.com.br)
- **Comercial:**  
(11) 5627-9090 Ramal 845 – [lidiane@aberje.com.br](mailto:lidiane@aberje.com.br)
- **Gerente Executiva da Escola Aberje: Emiliana Pomarico:**  
(11) 5627-9090 Ramal 837 - [emiliana@aberje.com.br](mailto:emiliana@aberje.com.br)
- Horário de atendimento: segunda a sexta das 9h às 18h