

TERMO DE REFERÊNCIA	
1. OBJETIVO	Contratação de empresa/instrutor para promoção do curso “Marketing Digital”, voltado ao uso de ferramentas tecnológicas de comunicação e divulgação de informações.
2. JUSTIFICATIVA	<p>A Justiça Eleitoral do Rio Grande do Norte vem aumentando consideravelmente o espectro de sua comunicação institucional nas redes sociais, de tal forma que o TRE-RN conta atualmente com páginas específicas nas principais plataformas mundiais de interação em grupos de redes, a exemplo de Facebook, Instagram, Whatsapp, Telegram e outras. Esses canais, no entanto, têm as suas especificidades – maneiras adequadas e eficazes de conduzir o usuário a tecnicamente potencializar o alcance das mensagens, multiplicar o número de seguidores e fidelizar a audiência. O domínio das ferramentas que permitem isso, no entanto, não se restringe à área da Comunicação, mas está principalmente ligado à esfera de conhecimentos do marketing digital. É nesse campo que os comunicadores de hoje precisam ampliar as suas competências, para alcançar os seus objetivos num mundo cada vez mais interconectado e virtualizado.</p> <p>O surgimento da Internet e a onipresença das redes sociais em escala mundial tornou o acesso às plataformas virtuais de comunicação e relacionamento uma necessidade constante.</p> <p>As estatísticas de acessos a plataformas como Facebook, Instagram, Twitter e Youtube, entre outros, levam à constatação de que as redes sociais deixaram de ser apenas uma forma de manter contatos e passaram a ser fonte contínua de informação, espaços de captação de clientes, veículos de publicidade e ambientes de geração de oportunidades de trabalho e de promoção de lazer.</p> <p>Diante esse fato, também as instituições (públicas e privadas) precisaram voltar sua atenção para o uso inteligente desses canais de interação, a fim de potencializar a comunicação corporativa, oferecer e aprimorar serviços e manter proximidade com o cliente-cidadão.</p> <p>No mundo de hoje, os indivíduos mantêm uma identidade virtual nas redes, uma “personalidade digital” que precisa ser considerada em suas especificidades. A relação dessa “personalidade” com outros indivíduos e com as organizações do mundo real obedece a uma lógica diferente, formatando uma nova sociedade a que se denomina “Aldeia Global”. Ela exerce influência sobre o comportamento social e o comportamento social a influencia e a transforma, a ponto de serem reorganizados</p>

	<p>e/ou transformados o cotidiano e o modo de agir e pensar das pessoas.</p> <p>Relatório das empresas We Are Social e Hootsuite, com o tema “Digital in 2018: The Americas”, revelou que 62% da população brasileira estavam ativos nas redes sociais (estima-se que hoje esse percentual é bem maior). Além disso, o Brasil é o primeiro colocado em quantidade de acessos e o quarto país com o maior número de usuários de sites de relacionamento, ficando atrás apenas de China, Estados Unidos e Índia.</p> <p>As organizações atuais, motivadas por essa nova maneira de “estar/atuar” no mundo e na sociedade, precisam saber utilizar a linguagem das redes, compreender sua política e mensurar o alcance das mensagens veiculadas nesse novo ambiente, a fim de oferecer ao cidadão informações e serviços em sintonia com este momento e este tempo. Daí a importância de se contar com profissionais capacitados a produzir e disseminar conteúdos apropriados às redes sociais e ao ambiente virtual, usando-as estrategicamente em favor da instituição. Essa é a finalidade da capacitação demandada neste instrumento.</p>
3. ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS	<p><b>Metodologia:</b> O Curso de Marketing Digital demandado deve ser oferecido na modalidade on-line.</p> <p><b>Carga/horária mínima:</b> 35 horas</p> <p><b>Conteúdo programático mínimo:</b> A capacitação detalhada neste anexo refere-se a um curso amplo de Marketing Digital para os servidores da Assessoria de Comunicação Social e Cerimonial, com ênfase nos seguintes campos do conhecimento, entre outros complementares:</p> <p><b>Marketing de conteúdo</b></p> <p>O marketing de conteúdo é uma técnica de comunicação que se utiliza de múltiplas ferramentas tecnológicas para levar as organizações a alcançar o público-alvo com informações qualitativas e relevantes, de modo a atrair e envolver as pessoas e gerar valor para elas, criando assim uma percepção positiva das instituições.</p> <p>O conteúdo programático do curso deve contemplar no mínimo os seguintes tópicos (ou tópicos correlatos, sem necessariamente atenderem à mesma descrição):</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Definição de objetivos e indicadores de desempenho;</li><li>• Estruturação do perfil do público-alvo;</li><li>• Como ranquear nos mecanismos de busca;</li><li>• Racionalização e celeridade da produção/divulgação</li></ul>

	<p>de conteúdos;</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Utilização das melhores práticas para construir listas de e-mails, disparar mensagens e qualificar <i>leads</i>;</li><li>• Estabelecimento de métricas para o acompanhamento dos resultados das estratégias de e-mail marketing.</li></ul> <p><b>Produção de conteúdos para a web</b></p> <p>O curso deve orientar sobre técnicas de produção de textos específicos para a web, considerados estruturalmente diferentes dos que são produzidos para meios off-line, pois exigem conhecimentos de escaneabilidade, copywriting e pesquisas de palavras-chave, entre outros.</p> <p>O conteúdo programático do curso deve contemplar no mínimo os seguintes tópicos (ou tópicos correlatos, sem necessariamente atenderem à mesma descrição):</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Planejamento e estratégia de produção de conteúdos para a web;</li><li>• Tipos de conteúdo;</li><li>• Criação de personas;</li><li>• Estruturação de pautas;</li><li>• Redação passo a passo de conteúdos web;</li><li>• Revisão de conteúdos para a web;</li><li>• Check-list da produção.</li></ul> <p><b>Gestão de mídias sociais</b></p> <p>O curso deve possibilitar o aprendizado de como realizar a gestão eficiente do que vai ser publicado nas mídias sociais, de modo a potencializar o alcance das informações veiculadas.</p> <p>O conteúdo programático do curso deve contemplar no mínimo os seguintes tópicos (ou tópicos correlatos, sem necessariamente atenderem à mesma descrição):</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• História das redes sociais</li><li>• Importâncias das redes sociais para a definição de marcas;</li><li>• Principais redes sociais da atualidade;</li><li>• Criação de estratégias de comunicação para as redes sociais;</li></ul>
--	---

	<ul style="list-style-type: none"> <li>Definição das redes sociais mais adequadas a determinados conteúdos institucionais;</li> <li>Marketing de conteúdos e redes sociais;</li> <li>Métricas e ferramentas de mídias sociais.</li> </ul> <p><b>Roteiro de vídeos para a web</b></p> <p>O curso deverá qualificar o profissional de comunicação para a produção de roteiros de vídeos voltados a atrair públicos específicos e veicular informação seletiva, sintética e de qualidade.</p> <p>O conteúdo programático do curso deve contemplar no mínimo os seguintes tópicos (ou tópicos correlatos, sem necessariamente atenderem à mesma descrição):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>O vídeo como estratégia de marketing;</li> <li>Criação do roteiro de vídeos;</li> <li>Construção da pauta do roteiro de vídeos;</li> <li>Revisão do roteiro de vídeo;</li> <li>Melhores práticas de produção de roteiros de vídeos institucionais.</li> </ul> <p>Observação: Para os objetivos desta proposta, pode ser contratado curso ou pacote de cursos com conteúdos programáticos similares aos que vão neste instrumento relacionados.</p>
4. PÚBLICO ALVO	Servidores da Assessoria de Comunicação Social e Cerimonial e três servidores da Escola Judiciária Eleitoral.
5. QUALIFICAÇÃO TÉCNICA DO INSTRUTOR	<p>Os instrutores do curso de marketing digital deverão demonstrar razoável experiência interdisciplinar nos seguintes campos de conhecimento mínimo da área:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Marketing de conteúdo;</li> <li>SEO;</li> <li>Redes sociais; e</li> <li>Automação.</li> </ul> <p><i>Marketing de Conteúdo</i></p> <p>O Marketing de Conteúdo é uma estratégia que visa a engajar o público-alvo com a marca institucional e aumentar a rede de usuários da organização a partir da produção de conteúdos úteis e relevantes.</p>

	<p><i>SEO</i></p> <p>Search Engine Optimization (SEO) é o conjunto de técnicas aplicadas a um site, interna e externamente, para que ele apareça melhor posicionado em mecanismos de busca da internet, como o Google. O profissional de marketing digital que atua com essa estratégia tem o objetivo de possibilitar que o seu site seja encontrado pelo público certo, na hora certa e oferecendo a melhor experiência para o usuário.</p> <p><i>Redes sociais</i></p> <p>As redes sociais digitais têm o potencial de atrair o público e estimulá-lo a interagir com a comunicação institucional. Conhecer as principais plataformas e o funcionamento (sobretudo das métricas) de cada uma delas é importantíssimo para a estratégia de marketing digital.</p> <p><i>Automação</i></p> <p>A automação de marketing consiste em mandar mensagens programadas e segmentadas com fins informativos a uma lista de endereços fornecidos pelos usuários interessados na mensagem da organização.</p>
6. DISPOSIÇÕES GERAIS	<p>A capacitação preferencial é a da Escola Britânica de Artes Criativas e Tecnologia, uma das líderes do mercado de Marketing Digital no Brasil, cujos cursos online são desenvolvidos no formato de videoaula e ministrados por profissionais qualificados nas áreas de conhecimento, com atuação efetiva no mercado e larga experiência, além de contar com programas presenciais e híbridos de graduação e especialização.</p> <p>A Escola possui parceria com a University of Hertfordshire, uma das instituições de ensino mais renomadas do Reino Unido, que valida os cursos de graduação da EBAC.</p>