



PROGRAMA DE CURSO CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E DE COMUNICAÇÃO PELA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA

Professor(a): Fábio Pelicer

Contratação de Serviços de Publicidade e de Comunicação pela Administração Pública

Carga Horária: 21h

Apresentação

Falar bem em público é uma habilidade essencial para profissionais de todas as áreas, especialmente aqueles que precisam se comunicar com clareza, segurança e persuasão em ambientes de trabalho diversos. Pensando nisso, este curso foi cuidadosamente elaborado para desenvolver a expressão oral dos participantes, proporcionando técnicas, estratégias e práticas que possibilitem uma comunicação eficiente, natural e contextualizada.

Com enfoque prático e objetivo, o curso visa habilitar os alunos a se comunicarem de forma correta, confiante e sem bloqueios, além de aperfeiçoar a linguagem verbal e não verbal para diferentes situações profissionais — desde apresentações formais e reuniões até interações cotidianas com públicos variados.

Ao longo do curso, os participantes serão guiados por uma metodologia que equilibra teoria e prática. Serão explorados os fundamentos da oratória, a construção lógica de mensagens, o uso adequado do vocabulário, técnicas para controle do medo e da ansiedade, bem como o uso do corpo e da voz como instrumentos da comunicação. A prática intensiva será valorizada, incluindo atividades com uso de microfone, leitura em público, simulações de fala e filmagens para análise do desempenho individual.

Objetivos

- Capacitar os participantes com conhecimento teórico e prático para compreender, aprofundar e atualizar seus conhecimentos sobre as contratações de serviços publicitários e de comunicação por órgãos e entidades públicas, incluindo Estatais.
- Analisar as inovações trazidas pela Nova Lei de Licitações e Contratos (NLLC – Lei nº14.133/2021) e seus desdobramentos específicos nas contratações de serviços de publicidade e comunicação, incluindo a Lei nº 12.232/2010.
- Desenvolver competências para a execução das etapas das contratações de serviços publicitários e de comunicação, desde o planejamento (incluindo elaboração de briefing e artefatos) até a execução e fiscalização contratual.
- Promover uma visão sistêmica do processo licitatório e dos contratos de serviços de publicidade, abrangendo os aspectos legais, jurisprudenciais, doutrinários e técnicos.
- Discutir questões controversas e possíveis soluções inovadoras, levando em consideração a legislação, a jurisprudência e as melhores práticas.
- Orientar sobre as exigências legais dos órgãos de controle e fornecer diretrizes para garantir maior segurança nos atos administrativos e processuais.

Público-alvo

- Membros de equipes de planejamento das contratações e de setores requisitantes (integrantes das assessorias de comunicação e de imprensa).
- Pregoeiros, agentes de contratação e membros de comissões de contratação.
- Gestores de contratos e fiscais técnicos.
- Ordenadores de despesas.
- Assessores jurídicos, procuradores, auditores e membros dos controles interno e externo.
- Advogados, promotores, consultores e demais profissionais da área do Direito.
- Profissionais que atuam no planejamento, elaboração e processamento de editais, termos de referência, briefings e outros documentos técnicos e administrativos.
- Demais profissionais interessados em ampliar os conhecimentos sobre contratações de serviços publicitários no setor público, inclusive empresários e gestores de agências de publicidade e propaganda.

Metodologia

Apostila Complementar: Material didático impresso/digital detalhado, abordando o arcabouço normativo, conceitos, procedimentos, estudos de caso e jurisprudência, servindo como referência principal para o curso.

- Plataforma Online/E-learning: Módulos interativos com vídeos explicativos, artigos

complementares, quizzes para fixação de conteúdo e fóruns de discussão temáticos.

- Aulas Síncronas (Online/Presenciais): Sessões ao vivo para exposição dialogada, debate de casos práticos, análise de editais e propostas, resolução de dúvidas e simulações de etapas do processo licitatório.
- Estudo de Casos Reais: Apresentação e análise de exemplos de contratações de serviços de publicidade por diferentes esferas e órgãos públicos, destacando desafios, soluções e lições aprendidas.

b) Abordagens Pedagógicas

- Expositiva com Suporte Visual: Uso de apresentações de slides, fluxogramas, infográficos e modelos de documentos para facilitar a compreensão dos temas.
- Aprendizagem Ativa: Workshops para elaboração de artefatos (ex: DFD, ETP, Briefing), simulações de julgamento de propostas técnicas, análise crítica de peças contratuais e editais.
- Dinâmicas de Grupo: Discussões colaborativas, troca de experiências entre os participantes e construção conjunta de soluções para problemas práticos.
- Avaliação Contínua: Exercícios práticos, estudos dirigidos, quizzes e participação em debates para acompanhamento do progresso e feedback imediato

Conteúdo Programático

Módulo 1: Introdução – Arcabouço Normativo Fundamental

Panorama histórico da legislação de contratação pública e o contexto da Lei nº 12.232/2010 (Lei específica da publicidade).

A Nova Lei de Licitações e Contratos (NLLC - Lei nº 14.133/2021) e sua interface com a contratação de publicidade.

Lei das Estatais (Lei nº 13.303/2016) e suas particularidades para serviços de publicidade.

Lei das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte (LC nº 123/2006) e sua aplicação.

Lei dos Publicitários e Agências de Propaganda (Lei nº 4.680/1965) e suas implicações.

Módulo 2: Regulamentações Chave da NLLC para Serviços de Publicidade

Visão geral das regulamentações da NLLC já implementadas.

Análise aprofundada de regulamentações específicas e seu impacto:

Pesquisa de preços (IN SEGES/ME nº 65/2021).

Plano de Contratações Anual – PCA (Decreto nº 10.947/2022).

Estudo Técnico Preliminar – ETP (IN SEGES/ME nº 58/2022).

Agente de contratação, comissão de contratação, gestores e fiscais (Decreto nº 11.246/2022).

Critério de julgamento por técnica e preço (IN SEGES/MGI nº 2/2023).

Critério de julgamento por melhor técnica (IN SEGES/MGI nº 12/2023).

Análise da Portaria SECOM/PR nº 8.016/2022 e da IN SECOM/PR nº 1/2023.

Principais Jurisprudências do Tribunal de Contas da União (TCU) aplicáveis.

Módulo 3: Transformação Digital e Publicidade das Contratações na NLLC

Contratação eletrônica como regra na NLLC.

O princípio da virtualização do processo licitatório.

Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP) e suas funcionalidades.

Publicidade dos atos vs. Transparência ativa e passiva: princípios e práticas.

A modalidade Concorrência em formato eletrônico.

Módulo 4: Procedimentos Inovadores e Alternativos na NLLC

Procedimentos auxiliares às licitações e suas aplicações em comunicação.

Credenciamento: hipóteses de cabimento, vantagens e riscos para serviços de comunicação.

Contratação de pessoas físicas para serviços de comunicação e a IN SEGES/ME nº 116/2021.

Vedação à inexigibilidade de licitação para serviços de publicidade e divulgação (art. 74, III, NLLC).

Módulo 5: Atores do Processo de Contratação de Publicidade – Atribuições e Fluxo
Linha do tempo do metaprocesso de contratação pública de publicidade.

Unidade requisitante (setor demandante): formalização da demanda (DFD) e integração ao PCA.

Equipe de planejamento: elaboração do ETP, pesquisa de soluções mercadológicas e pesquisa de preços.

Agente de contratação e comissão de contratação: condução do certame, análise e julgamento de propostas de preços.

Equipe de apoio técnico.

Subcomissão técnica: requisitos para composição, análise e valoração da proposta técnica.

Gestor de contrato: acompanhamento da execução contratual.

Fiscal de contrato (administrativo, técnico e setorial): atribuições e responsabilidades.

Módulo 6: O Procedimento Licitatório Específico para Serviços de Publicidade (Lei 12.232/2010 e NLLC)

Governança e o Plano de Contratações Anual (PCA) na previsão orçamentária.

Fase Preparatória Detalhada:

Formalização da demanda (DFD).

Estudos Técnicos Preliminares (ETP) para publicidade.

Gerenciamento de riscos específico para contratos de publicidade.

Elaboração do Briefing: o documento chave.

Elaboração do Termo de Referência/Projeto Básico.

Conceituação de serviços de publicidade e atividades complementares.

O certificado de qualificação técnica de funcionamento das agências.

Condições para reservar e comprar espaço ou tempo publicitário.

Aplicação da gestão de riscos: mapa/matriz de riscos e cláusula contratual de alocação de riscos.

Modelos de minutas (editais, contratos) e a possibilidade de adoção das minutas do Executivo Federal.

Fase de Seleção do Fornecedor:

Modalidade de licitação: Concorrência (tipo "melhor técnica" ou "técnica e preço").

Critérios de julgamento e suas especificidades (pontuação técnica e de preço).

Elaboração do instrumento convocatório (edital).

Proposta técnica vs. proposta de preço: conteúdo e avaliação.

Recebimento e julgamento das propostas.

Dinâmica do equilíbrio das pontuações atribuídas e o desempate.

Habilitação: documentos e requisitos.

Fase recursal.

Homologação e adjudicação (possibilidade de adjudicação a mais de uma agência).

Fase Contratual:

Formalização e publicidade do contrato.

Papel do preposto da agência contratada.

Condições para pagamento das despesas e o fluxo de notas fiscais dos fornecedores.

Modelos de gestão do contrato e o Instrumento de Medição de Resultado (IMR).

Extinção contratual.

Módulo 7: Elaboração e Análise de Documentos Específicos em Publicidade

Elaboração do Briefing: como definir o problema de comunicação e não a solução.

Estrutura, elementos essenciais, clareza e objetividade.

Uso de ferramentas (como IA/ChatGPT) como apoio na pesquisa e elaboração inicial do briefing.

Análise da Proposta Técnica das Agências (Plano de Comunicação Publicitária):

Critérios de avaliação do formato de apresentação.

Análise de conteúdo: raciocínio básico, estratégia de comunicação, ideia criativa, estratégia de mídia e não mídia, capacidade de atendimento, repertório, soluções para problemas de comunicação.

Módulo 8: Encerramento, Avaliação Final e Próximas Etapas

Recapitulação dos principais pontos abordados no curso e esclarecimento de dúvidas finais.

Professor(a):



- Atuação como Coordenador de cursos de Pós Graduação e Diretor e Coordenador de Graduação, com experiência na formulação de Planos Pedagógicos de Cursos (PPC) e Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI), proposição de novos cursos adaptados as necessidades de mercado, participação efetiva na recepção de comissões de avaliação do MEC, atendimento aos docentes e aos alunos e gestão dos resultados acadêmicos e financeiros de cada turma e curso.
- Atuação na área de docência Universitária pós-graduação, graduação, cursos superiores de tecnologia, cursos à distância e Ensino Médio Técnico, nas áreas de negócios e educação, com experiência na orientação e organização do processo de ensino aprendizagem dos alunos, participação em reuniões pedagógicas e no planejamento das atividades das instituições, formulação de planos de ensino de cada disciplina, utilização de plataformas de estudo e promoção de atividades práticas como feiras, congressos, visitas técnicas, workshops, palestras, atividades sócio-culturais, aplicação de cases e ações de responsabilidade ambiental;
- Experiência na elaboração e promoção de processos e novas tecnologias de aprendizagens que favoreçam a inclusão dos alunos no mundo da cultura, ciência e mercado de trabalho através de Ambientes Virtuais de Aprendizagem – Ensino a Distância.
- Experiência na criação e gestão de agências experimentais de aprendizagem prática profissional
- Experiência na elaboração e aulas em cursos de extensão, workshops, palestras e oficinas para aprimoramento e expansão do conhecimento dos alunos.
- Atuação como Gestor de BI (Business Intelligence) elaborando e implantando processos, realização de pesquisas e desenvolvimento de estratégias empresariais.
- Experiência em treinamento para colaboradores, alunos e professores universitários.
- Empresário na área de consultoria empresarial, educacional e concursos públicos.
- Atuação na área de atendimento a clientes pessoa jurídica e pessoa física.
- Experiência na área comercial, com experiência na liderança de equipes, gestão de vendas e prospecção e fidelização de clientes, atuando em empresas nacionais de grande porte.

Dados da Consultre

*Estamos cadastrados no SICAFI.

Certidões: <http://www.consultre.com.br/certidoes>

Razão Social: CONSULTRE – CONSULTORIA E TREINAMENTO LTDA.

CNPJ: 36.003.671/0001-53 - Insc. Estadual: Isento - Insc. Municipal: 24.687-0

Endereço: Av. Champagnat, 645, Ed. Palmares, Sl.301 - Centro - Vila Velha – ES –
Cep. 29.100-011

Telefone: (27) 3340-0122 - WhatsApp: (27) 9 8179-1115

E-mail: consultre@consultre.com.br - Site: www.consultre.com.br

Dados para Pagamento

O pagamento poderá ser efetuado por meio de depósito, DOC ou ordem bancária na seguinte conta:

Banco: Banco do Brasil - Agência: 1240-8 - Conta Corrente: 105.895-9

Favorecido: CONSULTRE – CONSULTORIA E TREINAMENTO LTDA

CNPJ: 36.003.671/0001-53),

Sobre a Consultre

Há mais de 30 anos no mercado, a Consultre é referência nacional em cursos para a Administração Pública. Saiba mais em <https://www.consultre.com.br/nossahistoria/>

A CONSULTRE EM NÚMEROS

+30

Anos de credibilidade

+80mil

Pessoas Capacitadas

+5mil

Clientes Fidelizados

+5mil

Cursos e seminários realizados

Horários:

Cursos de 21h

1º e 2º Dias: 8h às 17h
3º Dia: 8h às 13h

Cursos de 24h

1º, 2º e 3º Dias:
8h às 17h

Cursos de 28h

1º, 2º, 3º Dias: 8h às 17h
4º Dia: 8h às 12h

Avaliação final do curso por meio de exercícios práticos, estudo de caso ou quiz abrangente.

Orientações para a continuidade dos estudos, aplicação prática dos conhecimentos no ambiente de trabalho e acesso a materiais de referência.

5. Considerações Finais

Integração com a Apostila: Cada módulo do curso será estruturado para estar em consonância com os capítulos da apostila, permitindo que os participantes aprofundem os estudos e utilizem o material como fonte de consulta contínua.

Customização para o Setor Público: O conteúdo será consistentemente focado nos desafios, particularidades e na realidade da contratação de serviços de publicidade e comunicação pelos diversos órgãos e entidades da Administração Pública.

Certificação e Follow-up: Ao concluir o curso com aproveitamento, os participantes receberão um certificado. Poderão ser oferecidas sessões de follow-up (opcionais) para discussão de casos práticos, atualizações legislativas ou aprofundamento em temas específicos de interesse.