

Plano de Comunicação Integrada em Mídia Online e Offline

E-book do Programa do Curso

5 MÓDULOS · 16 AULAS · 15H DE CONTEÚDO MULTIMÍDIA



Sumário

01	Sobre o Curso	pág. 03
02	Para quem é este curso	pág. 04
03	Sobre a REDE Comunicação, Marketing e Gestão	pág. 05
04	Quem conduz o curso	pág. 06
05	Estrutura do Curso — 5 Módulos, 16 Aulas	pág. 07
06	O que você vai aprender	pág. 10
07	Materiais inclusos em cada aula	pág. 11
08	Investimento e Formas de Pagamento	pág. 12

01 Sobre o Curso

O Plano de Comunicação Integrada em Mídia Online e Offline é um curso gravado e on demand que ensina, passo a passo, como transformar ações de comunicação soltas — posts, releases, campanhas, e-mails e eventos feitos sem conexão entre si — em um plano estruturado, com públicos definidos, mensagens-chave, canais online e offline organizados e indicadores que mostram resultado real.

O curso conduz o aluno da base conceitual até a construção da estrutura inicial do seu próprio Plano de Comunicação Integrada, aplicado a um estudo de caso construído pelo próprio aluno ao longo das aulas.

Formato	100% gravado, on demand — o aluno estuda no próprio ritmo e pode revisar o conteúdo quando quiser.
Carga horária	15 horas de conteúdo multimídia: 7h de aulas gravadas + 6h de podcast bônus + 2h de vídeos educativos bônus.
Estrutura	5 módulos, 16 aulas.
Acesso	Vitalício.
Certificado	Certificado de 15 horas/aula.
Pré-requisitos	Não é necessária experiência prévia — o curso conduz o aluno da base conceitual até a construção do plano.
Suporte durante o curso	E-mail (cursosrer@gestaodacomunicacao.com) ou WhatsApp (61) 98112-9439.
Garantia	7 dias corridos após a compra, com reembolso integral e sem burocracia.

02 Para quem é este curso

Indicado tanto para quem executa quanto para quem coordena ou toma decisões em comunicação:

- Profissionais de comunicação, marketing e social media
- Assessores de comunicação e de imprensa
- Profissionais de relações públicas e jornalistas empresariais
- Analistas, coordenadores, gestores e diretores de comunicação
- Profissionais de comunicação pública, corporativa e interna
- Empreendedores, consultores, estudantes e recém-formados



03 Sobre a REDE Comunicação, Marketing e Gestão



A REDE Comunicação, Marketing e Gestão chega aos seus 25 anos consolidando uma trajetória dedicada à formação de profissionais e equipes de comunicação. Ao longo desse percurso, reuniu professores, consultores e especialistas para transformar conhecimento em prática, ajudando organizações públicas e privadas a pensar a comunicação de forma mais estratégica, integrada e orientada a resultados.

Razão social	RedeCRM — Rede Comunicação, Marketing & Gestão (marca da R.E.R. — Rede Empresa Responsável).
CNPJ	11.973.850/0001-92
Tempo de mercado	25 anos
Portfólio	Mais de 30 cursos voltados para gestão, marketing e comunicação, além de consultorias e planejamentos estratégicos para organizações.
Atuação	Brasília, com atuação nacional, além de Portugal e países da África.
Outras iniciativas	Realização do Encontro Nacional de Comunicação da sua Organização (Semana da Comunicação).
Contato institucional	WhatsApp +55 (61) 98112-9439 · cursosrer@gestaodacomunicacao.com



04 Quem conduz o curso



Profa. Dra. Joana Bicalho

Fundadora da REDE Comunicação, Marketing e Gestão, empresa que celebra 25 anos formando profissionais, assessorando instituições e desenvolvendo projetos estratégicos para organizações públicas e privadas. É professora de pós-graduação nas áreas de Comunicação Integrada, Gestão de Marcas, Planejamento e Gestão. Atuou como consultora para empresas privadas e para o Sebrae Nacional, Sebrae Paraíba e Sebrae DF, além de ter passado por coordenação, gerência e assessoria de comunicação em agências, no Sistema CNT, no UniCEUB e em organizações dos setores público, saúde, varejo e entretenimento.

Rafael Bicalho

Especialista em Marketing, Comunicação e Inteligência Estratégica, com mais de 14 anos de experiência na otimização de processos, desenvolvimento de estratégias e geração de resultados para organizações públicas e privadas. Atuou no Ministério da Saúde e no Conselho Nacional de Saúde, em planejamento estratégico, gestão de equipes e atendimento 360°. No setor privado, trabalhou com marketing digital, inteligência artificial, funil de vendas, geração de demanda e análise de ROI, incluindo a fintech Dr.Cash.

05 Estrutura do Curso — 5 Módulos, 16 Aulas

Aulas gravadas de aproximadamente 25 minutos cada, com bônus de podcast e vídeo explicativo em cada uma delas.

Módulo 1 — Fundamentos da Comunicação Integrada

- 01 **O que é Comunicação Integrada 360°** — como integrar estratégia, públicos, mensagens e canais online e offline para que a comunicação deixe de ser um conjunto de ações soltas.
- 02 **Da Comunicação Estratégica à Comunicação Integrada** — a diferença entre direção estratégica e execução integrada, e como objetivos, metas e posicionamento orientam o plano.
- 03 **Briefing prático alinhado à estratégia organizacional** — como construir um briefing mais inteligente, conectando demandas a objetivos, públicos, mensagens, canais e resultados.

Módulo 2 — Públicos, Stakeholders e Diagnóstico

- 04 **Mercado, nicho, segmentação e persona** — como identificar com mais precisão para quem a comunicação está sendo planejada.
- 05 **Stakeholders no Plano de Comunicação Integrada** — quem são os públicos que influenciam a organização e como afetam reputação, legitimidade e resultados.
- 06 **Mapa dos Públicos e Escuta Ativa** — como mapear públicos, identificar necessidades e dores, e transformar sinais de escuta em decisões.
- 07 **Matriz Poder/Interesse dos Stakeholders** — como priorizar stakeholders conforme poder e interesse, definindo intensidade de comunicação e monitoramento.

Módulo 3 — Estratégia de Mensagens, Áreas e Relacionamento

- 08** **Planejamento centrado nos públicos** — como construir a comunicação a partir das necessidades e comportamentos dos públicos.
- 09** **Convergência entre Publicidade, RP, Assessoria e Jornalismo Empresarial** — como diferentes áreas se complementam para gerar alcance, credibilidade e resultados.
- 10** **Relações Públicas Online e Marketing de Relacionamento** — como criar vínculos digitais por meio de comunidades, newsletters, lives e webinars.
- 11** **Jornalismo Empresarial, Inbound e Conteúdo Estratégico** — como transformar conteúdo em relacionamento, usando cases, e-books e materiais educativos.

Módulo 4 — Presença Digital, Mídia e Jornada

- 12** **SEO, SEA, SEM, SMM, SMO e SMA: introdução aplicada** — como organizar a presença digital, integrando busca orgânica, anúncios e redes sociais.
- 13** **Comunicação paga, orgânica, retargeting e remarketing** — como combinar mídias para conduzir os públicos pela jornada de descoberta à recorrência.



Módulo 5 — Construção do Plano de Comunicação Integrada

- 14** **Canvas aplicado ao Plano de Comunicação Integrada** — como organizar todos os elementos do plano em uma estrutura visual e estratégica.
- 15** **Do Plano Estratégico ao Plano Tático e Operacional** — como transformar a estratégia em ações práticas, prazos, responsáveis e indicadores.
- 16** **Aplicação em estudo de caso e fechamento do plano** — como consolidar o Plano de Comunicação Integrada em um estudo de caso completo.

O estudo de caso não vem com um template pronto do Canvas: o aluno constrói a própria estrutura do zero, a partir do que aprende ao longo das aulas — o que reforça a aplicação prática do conteúdo.

06 O que você vai aprender

TEMAS DO CURSO

- O que é Comunicação Integrada em Mídia Online e Offline
- Diferença entre comunicação estratégica e comunicação integrada
- Comunicação institucional, mercadológica e interna
- Mercado, nicho, segmentação e persona
- Stakeholders no plano de comunicação
- Mapa dos públicos e escuta ativa
- Matriz poder/interesse dos stakeholders
- Planejamento centrado nos públicos
- Plano estratégico, tático e operacional
- Convergência entre publicidade, RP, assessoria e jornalismo empresarial
- Relações públicas online e marketing de relacionamento
- Jornalismo empresarial, inbound e conteúdo estratégico
- SEO, SEA, SEM, SMM, SMO e SMA
- Comunicação paga, orgânica, retargeting e remarketing
- Canvas aplicado ao plano
- Aplicação final em estudo de caso

AO FINAL, VOCÊ SERÁ CAPAZ DE

- Planejar ações institucionais, mercadológicas e internas
- Estruturar um Canvas do Plano de Comunicação Integrada
- Transformar estratégia em plano tático e operacional
- Definir indicadores mais coerentes
- Montar a estrutura inicial de um plano aplicável
- Compreender o papel estratégico da comunicação integrada
- Organizar públicos, stakeholders e personas
- Construir mensagens-chave para diferentes públicos
- Integrar comunicação online e offline
- Conectar conteúdo, relacionamento e mídia

07 Materiais inclusos em cada aula

Cada uma das 16 aulas inclui um conjunto completo de materiais de apoio:

MATERIAL	VOLUME TOTAL
Aulas gravadas	16 aulas — 7h de conteúdo
Podcast bônus	16 episódios — 6h de conteúdo
Vídeos educativos bônus	16 vídeos — 2h de conteúdo
E-books	16 e-books — 154 páginas
Artigos complementares	16 artigos
Infográficos	16 infográficos
Quizzes de conhecimento	16 quizzes
Cartões didáticos	16 conjuntos de cartões



08 Investimento e Formas de Pagamento

Considerando o valor de cada entrega separadamente — aulas gravadas, podcast, vídeos educativos, e-books, artigos, infográficos, quizzes e cartões didáticos —, o investimento total corresponderia a R\$ 2.226,00.

INVESTIMENTO NO CURSO COMPLETO

12x de R\$ 29,90

ou R\$ 289,00 à vista

FORMAS DE PAGAMENTO ACEITAS

Cartão de crédito, Pix, boleto, PayPal, dois cartões de crédito (divisão do valor em dois cartões) e cartão virtual Caixa.

GARANTIA

7 dias corridos após a compra — se o aluno sentir que o curso não atende sua realidade profissional, pode solicitar cancelamento e reembolso integral, sem burocracia. Após esse prazo, não há reembolso por arrependimento de compra.



REDE
COMUNICAÇÃO MARKETING GESTÃO



REDE COMUNICAÇÃO, MARKETING E GESTÃO

25 anos formando profissionais e estruturando planos de comunicação estratégica.

cursosrer@gestaodacomunicacao.com
WhatsApp +55 (61) 98112-9439