

Trilha de estudos – curso x concurso do BNDES

Curso on-line Concurso de Comunicação Social

Correlação entre os módulos e tópicos do curso com o conteúdo programático do edital do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social

Módulos	Tópicos do curso	Conteúdo programático do concurso
Comunicação organizacional e relações públicas	Comunicação organizacional	Comunicação organizacional. Gestão estratégica da comunicação organizacional. Cultura organizacional e fluxos de comunicação no interior das organizações. Gerenciamento da memória institucional. Planejamento de comunicação organizacional. Tipos de planejamento: estratégico, tático e operacional Pesquisa e construção do diagnóstico estratégico. Determinação de objetivos e metas. Elaboração de plano de comunicação integrada. Controle e avaliação de resultados. Avaliação e mensuração em comunicação. Gestão e comunicação corporativa. Comunicação organizacional integrada. Comunicação dirigida. Culturas organizacionais. Sustentabilidade e responsabilidade social corporativa. Evolução do conceito de sustentabilidade. Gestão ambiental nas organizações. Indicadores de sustentabilidade. Práticas jornalísticas, complexidade e transversalidade da pauta socioambiental. Desenvolvimento sustentável, responsabilidade social e consumo consciente. Imagem e reputação. O mapeamento e relacionamento com os públicos para a imagem e reputação. Comunicação pública. A comunicação pública, sua finalidade e suas abordagens de interesse público e governamental Tipos e instrumentos da comunicação pública. Políticas de comunicação: transparência, democratização da informação, cidadania comunicativa. Conceituação de público e de opinião pública. Pesquisa de opinião e de mercado: tipos, técnicas e métodos. Amostragem. Planejamento da pesquisa, coleta, organização, análise e interpretação de dados. Conceituação de público e de opinião pública. Métodos de pesquisas qualitativa e quantitativa- offline e on-line. Fundamentos de pesquisa de opinião pública
	Comunicação interna	Comunicação interna. Veículos internos, intranet e campanhas de <i>endomarketing</i> (motivação e comprometimento). Planejamento editorial de publicações.
	Relações públicas	Fundamentos das relações públicas. Instrumentos de relações públicas. Conceituação de público e de opinião pública. Planejamento, organização e realização de eventos, noções básicas

Módulos	Tópicos do curso	Conteúdo programático do concurso
		de cerimonial.
Assessoria de imprensa e relações com a mídia	Assessoria de imprensa	Assessoria de imprensa. Conceito, finalidade, produtos e serviços.
	Relações com a mídia	Relacionamento e atendimento à imprensa. Meios de divulgação: entrevista coletiva, entrevista exclusiva, press release, press kit etc. Os veículos: jornal, revista, televisão, rádio, empreendimentos jornalísticos digitais. Agências de notícias. Métodos de arquitetura de informação para objetivos jornalísticos em ambiente digital.
	Gestão de crises	Comunicação de crise, relações com a mídia e relações em rede. Cultura de prevenção e gestão de riscos de imagem. Crise de imagem Estratégias, ferramentas, monitoramento e o pós-crise Auditoria de imagem e mensuração de reputação.
Comunicação digital e publicações	Comunicação digital	Mídias digitais: curadoria, produção e gestão de conteúdo para portal digital, redes sociais e aplicativos de mensageria. Planejamento de ações online integradas a off-line, calendário editorial. Diagnóstico do mercado digital. Estratégias de engajamento. Monitoramento de mídias sociais, indicadores de performance. Ferramentas e aplicativos. A vigilância e o compartilhamento nas mídias sociais. Elementos gráfico textuais e multimídia. Estratégias narrativas para mídias digitais. Noções de <i>webdesign</i> . Interface do usuário (Ui) e experiência do usuário (Ux), usabilidade e avaliação. Construção da identidade na internet e do relacionamento em redes. Marketing de conteúdo. Influenciadores digitais (conceitos, papel, prós e contras etc.). Produção audiovisual. Ferramentas de busca e linguagem SEO. A integração de canais on e off-line no marketing: mídias digitais (e-mails, redes sociais, websites, blogs), mídias tradicionais (revistas, jornais, rádios, TVs, outdoors), assessoria de imprensa, pontos de venda, eventos on e off-line. O patrocínio como ferramenta de comunicação. Marketing de influência. Comportamento do consumidor. Sociedade em rede. Integração global e novos meios de comunicação. Plataformização. Comunicação pública em redes sociais. Guia de boas práticas para atuação em redes sociais do Governo Federal. Usabilidade e interfaces focadas na experiência do usuário.
		Publicações
	Editoração e produção	Etapas de produção do livro: tratamento do original, projeto,

Módulos	Tópicos do curso	Conteúdo programático do concurso
	gráfica	<p>editoração, impressão.</p> <p>Tradução, copidesque, preparação do original, revisão.</p> <p>Partes do livro: pré-textuais, textuais e pós-textuais.</p> <p>Preparação de originais: normalização e padronização do texto, normas da ABNT.</p> <p>Editoração eletrônica (noções): softwares mais utilizados.</p> <p>O trabalho do editor de texto.</p> <p>Copidesque e revisão de provas (noções dos sinais gráficos para revisão de textos e provas).</p> <p>Projeto gráfico e visual: estudo do tipo, papel, partes do livro, organização da página, legibilidade, diagramação e arte-final.]</p> <p>Produção gráfica (noções): pré-impressão, impressão e acabamento.</p> <p>Formatos eletrônicos.</p> <p>Estrutura da obra impressa ou digital.</p> <p>Fundamentos da cor relacionados à comunicação e aos processos de produção gráfica e distribuição digital.</p> <p>Materiais para impressão, formatos e medidas.</p> <p>Relação entre as tecnologias digitais e a produção impressa.</p> <p>Infografia.</p>
Marketing e publicidade	Marketing	<p>Fundamentos do marketing: conceitos, definições, canais, tendências, funções mercadológicas, sistemas mercadológicos.</p> <p>Marketing promocional e ações de promoção institucional.</p> <p>Marketing digital.</p> <p>Pesquisa de marketing.</p> <p>Posicionamento.</p> <p><i>Brand equity</i>.</p> <p>Estratégias de marca: ativos de marca, posicionamento e gestão.</p>
	Publicidade	<p>Publicidade: conceitos, teorias e técnicas da publicidade.</p> <p>Processos de criação em publicidade: imagens, argumentos e roteiros.</p> <p>Noções de direção de arte.</p> <p>Redação publicitária nos diferentes meios de comunicação.</p> <p>Publicidade tradicional x publicidade digital (formas de compra, formatos criativos, segmentações, KPIs, ferramentas, métricas).</p> <p>A publicidade nas redes sociais.</p> <p>Mídias e ações alternativas existentes no mercado publicitário contemporâneo.</p> <p>A estrutura de agências de publicidade.</p> <p>Concorrência entre anúncio publicitário e outras formas de divulgação da imagem institucional de uma empresa.</p> <p>Planejamento de mídia.</p> <p>O <i>briefing</i> publicitário.</p> <p>Análise e mensuração de resultados de campanhas publicitárias</p>
Jornalismo, redação e fotojornalismo	Jornalismo	<p>Conteúdo noticioso</p> <p>O processo de produção da notícia.</p> <p>Pautas, fontes, métodos de apuração e pesquisa jornalística.</p> <p>Técnicas de entrevista e elaboração da reportagem.</p> <p>Verificação de dados, checagem e triangulação de fontes.</p> <p>A linguagem jornalística: estrutura, texto, lide, sublide, título, subtítulo, antetítulo e intertítulo.</p> <p>Critérios de noticiabilidade e valores-notícia.</p> <p>Jornalismo multimeios.</p>

Módulos	Tópicos do curso	Conteúdo programático do concurso
		Conceitos de imparcialidade, opinião e informação. Sentido social da notícia. Fake News. Os canais (veículos) de comunicação e seu comportamento.
	Redação	
	Fotojornalismo	
Meios de comunicação	Jornalismo impresso	
	Telejornalismo	
	Radiojornalismo	
	Webjornalismo	
Ética e legislação	Ética	Ética na comunicação. Ética: direitos e deveres. Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros.
	Legislação da comunicação	Lei de Acesso à Informação (Lei nº 12.527/2011): direito de acesso à informação no Brasil, negativas de acesso, informações classificadas e dados abertos Transparência ativa e passiva. Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais – LGPD (Lei nº 13.709/2018): fundamentos e campo de aplicação, princípios e direitos do titular, responsabilidades dos agentes, aspectos internacionais, segurança e a Autoridade Nacional de Proteção de Dados. Legislação: direitos e deveres
Teorias e história da comunicação	Teorias da comunicação	Fundamentos da comunicação. A comunicação na cultura contemporânea. As teorias contemporâneas da comunicação: teorias da comunicação de massa, teoria crítica, estudos culturais e economia política da comunicação. Processo de comunicação. Teoria da opinião pública.
	Teorias do jornalismo	
	História da comunicação	História dos canais (veículos) de comunicação.
Conhecimentos básicos	Português e redação oficial	Compreensão de texto. Ortografia oficial. Mecanismos de coesão textual. Significação das palavras. Emprego das classes de palavras. Coordenação e de subordinação. Emprego dos sinais de pontuação. Concordância e regência verbal e nominal.
	Noções de informática	
	Raciocínio lógico	

O curso não aborda questões de língua inglesa e conhecimentos transversais.

- 8 vagas (+ 40 CR) para Comunicação Social
- Lotação: Rio de Janeiro e, eventualmente, em Brasília e São Paulo
- Remuneração inicial: R\$ 20.900,00 (35h) + benefícios

- Inscrições: 26 de julho a 19 de agosto
- Taxa: R\$ 110,00
- Banca: Cesgranrio (cesgranrio.org.br)
- Data e locais das provas: 13 de outubro, em Brasília e nas 26 capitais
- Prova objetiva de conhecimentos específicos (35 questões), língua portuguesa (10), língua inglesa (5) e conhecimentos transversais (20)
- Prova discursiva
- Edital: iscom.com.br/bndes
- Curso on-line: iscom.com.br/cursonline
- Apostila digital: iscom.com.br/abndes
- Simulado comentado Cesgranrio: iscom.com.br/simula (grátis)
- Informações (blog): iscom.com.br/bbndes