

TÍTULO DO TRABALHO

Nome do(a) estudante

A página deve ter formatação em “papel tamanho A4” (297 x 210mm) e todas as margens de 3cm. O texto deve ser digitado em Word for Windows, fonte Times New Roman ou Arial, 12, e espaçamento 1,5. O documento deve conter, aproximadamente, entre 10 e 15 páginas. As páginas devem estar numeradas na parte central inferior, conforme este modelo. Atenção: não se esqueça de excluir todos esses textos de orientação antes de enviar seu arquivo.

QUADRO DE RESUMO DO PROJETO

<i>NOME DA MARCA/CLIENTE ATENDIDO NO PROJETO</i>	<i>MERCADO EM QUE ATUA</i>	<i>PERFIL GERAL DOS CONSUMIDORES</i>
<i>PRINCIPAIS CANAIS DE COMUNICAÇÃO QUE UTILIZA</i>	<i>RESUMO DO PRINCIPAL PROBLEMA DE COMUNICAÇÃO IDENTIFICADO</i>	<i>RESUMO DA PROPOSTA DE SOLUÇÃO PARA O PROBLEMA</i>
<i>RESULTADOS ESPERADOS</i>	<i>DESCRIÇÃO DA AMOSTRA/PILOTO E/OU PROTÓTIPO ENTREGUE</i>	<i>PRINCIPAIS DISCIPLINAS DO CURSO MOBILIZADAS NO PROJETO</i>

CONTEXTO DA MARCA

Apresentação da marca; características do mercado em que atua; principais produtos e/ou serviços; descrição do perfil geral dos consumidores, com criação de buyer personas; e principais marcas concorrentes.

DIAGNÓSTICO DE COMUNICAÇÃO DIGITAL

Características das ações digitais de comunicação da marca, como principais canais utilizados, tamanho e engajamento da audiência, teor dos conteúdos, linguagem empregada e tom de voz utilizado.

DESCRIÇÃO E ANÁLISE DO PROBLEMA DE COMUNICAÇÃO DIGITAL

Descrição detalhada do problema identificado nas ações de comunicação digital da marca, conforme o caso:

1) ações de comunicação digital executadas de modo insatisfatório: ação ou conjunto de ações analisadas, indicando características gerais (canal em que a ação foi publicada, teor da mensagem e link para acesso) e problemas identificados (descrição detalhada dos problemas, com apontamento de falhas e justificativa técnica para cada uma).

2) carência/ausência de ações de comunicação digital estrategicamente oportunas à marca: indicação da ação ou conjunto de ações a desenvolver, justificando a importância estratégica à marca.

PROPOSTA DE CONTEÚDO DIGITAL

Descrição detalhada da proposta de conteúdo digital, com elementos como: cronograma de publicações/calendário editorial; canal de veiculação (Instagram; TikTok; website; blog, etc.); tipo de mídia/recurso (vídeo para Reels; vídeo para TikTok; postagem de blog de marca; carrossel de imagens para feed, etc.); persona(s) a ser(em) alcançada(s); enredo e teor do conteúdo; técnicas de comunicação digital utilizadas (storytelling; copywriting; SEO; ações de Inbound Marketing; etc.); e conexão com a identidade da marca.

RESULTADO ESPERADO

Indicação do impacto esperado com o conteúdo digital proposto para além da solução do problema. Deve-se mencionar aspectos como engajamento do consumidor e benefícios à imagem da marca.

RELAÇÃO DA PROPOSTA COM O CURSO

Apresentação da relação entre o conteúdo digital proposto e as estratégias e técnicas desenvolvidas ao longo das disciplinas do curso, indicando quais disciplinas foram mobilizadas para criar a proposta.

AMOSTRA/PILOTO/PROTÓTIPO DO CONTEÚDO

Amostra, piloto e/ou protótipo do conteúdo digital proposto. A entrega mínima varia conforme o formato e a mídia do conteúdo. Alguns exemplos: calendário editorial detalhado (previsão mínima de 1 mês de conteúdo); Brand Book ou Manual de Marca (material completo); proposta de reformulação de website (descrição detalhada de todas as páginas e Menus que compõem com o site, com exemplos de conteúdo); postagens de rede social com imagens/fotos/artes (entrega de postagens completas, em formato mock-up); postagens de rede social com vídeo (entrega de roteiro completo e detalhado e de um link de vídeo de referência; ou seja, um vídeo que já existe e que seja modelo para a produção proposta); textos para blog (entrega de textos completo); e podcasts (entrega de roteiro completo e detalhado de um episódio piloto).

**Casos não contemplados: consultar professor(a) nas lives do projeto.*

REFERÊNCIAS

Apresentação da referência completa de materiais didáticos diversos, como livros, relatórios, artigos, etc. utilizados para a elaboração do trabalho.